



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

TRABAJO DE GRADO

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DIRIGIDA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE REPOSTERÍA FINA EN LA CIUDAD DE OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA”.

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A.**

AUTORA:

JOMAYRA JANETH SALGADO FLORES

DIRECTOR: ING. FERNANDO VALENZUELA

IBARRA, 2014



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN

A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del Proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	172454493-5		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Salgado Flores Jomayra Janeth		
DIRECCIÓN:	Cayambe, Calle S. Bolívar y G. Suárez		
E-MAIL:	flaka_17.1@hotmail.com		
TELÉFONO FIJO:	022-363-604	TELÉFONO MÓVIL	0969560469
DATOS DE LA OBRA			
TÍTULO:	"Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dirigida a la producción y comercialización de repostería fina en la ciudad de Otavalo, provincia de Imbabura".		
AUTOR:	Salgado Flores Jomayra Janeth		
FECHA:	2014-02-27		
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO			
PROGRAMA:	PREGRADO:	<input checked="" type="checkbox"/>	POSTGRADO: <input type="checkbox"/>

TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniera en Contabilidad y Auditoría CPA
ASESOR/DIRECTOR:	Ing. Fernando Valenzuela

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, Jomayra Janeth Salgado Flores, con cédula de identidad Nro. 172454493-5, en calidad de autor y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente hago entrega del ejemplar respectivo en forma digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

3. CONSTANCIAS

La autora manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrollo sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es el titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 27 días del mes de Febrero de 2014

AUTOR

Firma.....
Jomayra J. Salgado F.

C.C. 172454493-5

ACEPTACIÓN

Firma.....
Ing. Betty Chávez

Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas. Por resolución de Consejo Universitario.




UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, Jomayra Janeth Salgado Flores, con cédula de ciudadanía Nro. 172454493-5, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor (es) del trabajo de grado denominado: **"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DIRIGIDA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE REPOSTERÍA FINA EN LA CIUDAD DE OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA"**, que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA CPA en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

(Firma): 

Jomayra Janeth Salgado Flores

Cédula: 172454493-5

Ibarra, a los 27 días del mes de Febrero de 2014.

ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la egresada JOMAYRA JANETH SALGADO FLORES, para optar por el Título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría CPA, cuyo tema es: "Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dirigida a la producción y comercialización de repostería fina en la ciudad de Otavalo, provincia de Imbabura".

Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometidos a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, 27 de Febrero del 2014.



Ing. Fernando Valenzuela

DIRECTOR

AUTORÍA

Las ideas y contenidos expuestos en el presente informe de trabajo de fin de carrera, son de exclusiva responsabilidad de la autora, el mismo que no ha sido presentado para ningún grado, ni calificación profesional; en los contenidos tomados de diferentes fuentes de consulta, se ha hecho constar sus respectivas citas bibliográficas.



Jomayra Janeth Salgado Flores

C.C: 172454493-5

RESUMEN EJECUTIVO

En el presente estudio de factibilidad de creación de la microempresa dirigida a la producción y comercialización de repostería fina, en la ciudad de Otavalo, provincia de Imbabura, se ha realizado el análisis de los diferentes aspectos que intervienen en esta investigación.

Una vez conocida la situación actual del sector y tener una visión clara de la actividad microempresarial, se procedió a desarrollar el estudio mercado en el que se analiza las condiciones en las que se encuentra la producción y comercialización de las repostería, así mismo las condiciones de la demanda y oferta del producto, las condiciones para fijar el precio de venta, todo esto nos lleva a formarnos un criterio más sostenido de las condiciones del sector.

Conocidos los resultados y siendo estos positivos se procedió a la fijación de la macro y micro localización, su tamaño, la ingeniería del proyecto, para los cual se fijó un presupuesto de la inversión requerida.

Consecuentemente se realizaron y evaluaron y compararon con los ingresos posibles, mediante un análisis financiero que nos llevó a determinar el valor neto positivo, la tasa interna de retorno, el costo beneficio buscando obtener la mayor rentabilidad, esto nos permitió determinar la factibilidad del proyecto. Obtenidos estos resultados se desarrolló la organización administrativa mediante un organigrama funcional, se detalló las funciones de cada uno de los colaboradores de la empresa. Finalmente se determinó los impactos sociales, económicos, ambientales, educativos y empresariales. Una vez establecida toda esta estructura se justifica la necesidad de emprender el presente proyecto y la conveniencia de la inversión.

ABSTRACT

In the present study the feasibility of creating microenterprises led to the production and marketing of fine pastries in the city of Otavalo, Imbabura Province, has made the analysis of the various aspects involved in this research.

Once known the current situation of the sector and have a clear vision of microenterprise activity, we proceeded to develop the study market where the conditions in which the production and marketing of confectionery is discussed, also the condition demand and supply of the product, the conditions for fixing the selling price, all this leads us to form criteria more sustained industry conditions.

Being known and these positive results we proceeded to the fixing of the macro and micro location, size, engineering project, for which an estimate of the investment required was set.

Consequently were performed and evaluated and compared with potential revenue through a financial analysis that led us to determine the net positive value , internal rate of return , cost benefit looking to get the highest return , this allowed us to determine the feasibility of the project. These results obtained administrative organization was developed through a functional organization, the functions of each of the partners of the company are detailed. Finally the social, economic, environmental, educational and business impacts are determined. Once established this whole structure is justified the need to undertake this project and the suitability of the investment.

DEDICATORIA

*El presente trabajo de grado se lo dedico a Dios, por haberme
dado la oportunidad de vivir plenamente.*

*A mi padre por su apoyo incondicional, a mi madre por
sus consejos, paciencia y entrega diaria, a mis hermanos por
darme la fuerza necesaria para seguir adelante.*

*A alguien muy especial en mi vida, quien a pesar de todo ha
estado acompañándome y brindándome su amor y apoyo
constante, así como también a mi hija.*

*A mis abuelitos (+) que me siguen guiando, y a todos y cada uno
de los que siempre estuvieron ayudándome de manera
incondicional, que han hecho posible la culminación de mi
trabajo de investigación.*

JOMYS

AGRADECIMIENTO

Deseo expresar mi sincero agradecimiento a Dios por estar presente todos los días en mi vida, guiándome siempre por el mejor camino, dándome fortaleza para enfrentar situaciones difíciles con el mejor de los ánimos.

A mis padres por el apoyo, la confianza, los consejos y el amor que me brindan en todo momento y por los valores morales y éticos que me han inculcado.

A alguien especial en mi vida por su sincero amor, por todos los consejos y apoyo que me brinda siempre.

A cada uno de mis maestros que con gran voluntad y paciencia, impartieron sus conocimientos durante toda esta etapa estudiantil, a la Universidad Técnica del Norte por haber permitido pasar por sus aulas en busca del conocimiento, y de manera especial mi reconocimiento y eterna gratitud al Ingeniero Fernando Valenzuela, por su incondicional colaboración en el desarrollo del presente trabajo.

JOMYS

PRESENTACIÓN

El presente “Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dirigida a la producción y comercialización de repostería fina en la ciudad de Otavalo, provincia de Imbabura” consta de lo siguiente:

En el Capítulo I, se realizó un Diagnóstico Situacional, detallando información de la ciudad de Otavalo, permitiendo establecer las circunstancias actuales del sector, determinando la necesidad de emprender este proyecto, el que una vez puesto en marcha proporcionará fuentes de trabajo, por ende contribuir al mejoramiento de la calidad de vida.

El Capítulo II, se refiere a las bases Teóricas-Científicas las mismas que constan con el soporte y sustentación escrita de todos los aspectos referentes al tema y que han posibilitado la comprensión del presente estudio para llevar adelante la actividad micro empresarial.

En el Capítulo III, se realizó técnicamente un Estudio de Mercado permitiendo establecer los niveles de oferta y demanda, y por consiguiente la demanda insatisfecha, así mismo, se estableció las estrategias de comercialización, para orientar las ventas, hacia la búsqueda de captar el mercado.

En el Capítulo IV, se detalla paso a paso el Estudio Técnico del proyecto que ha tenido un papel importante en la elaboración de esta investigación ya que se ha logrado determinar, el tamaño del proyecto, su ubicación, sus procesos, su tecnología, sus infraestructura física, las inversiones fijas y diferidas, el capital de trabajo, el financiamiento, el talento humano, permitiendo ofrecer a la microempresa un producto óptimo y rentable.

El Capítulo V, está orientado a la Evaluación Financiera del proyecto, en el cual se detalla la proyección a cinco años del nivel de ingresos y egresos que se generará, también se logró establecer el superávit o utilidad del proyecto;

con la aplicación de criterios de evaluación financiera se estableció la factibilidad de este proyecto.

En el Capítulo VI, se determina la Estructura Organizativa, su misión y visión, sus valores, su organización y funciones, permitiendo determinar las funciones individuales de los colaboradores, para el normal funcionamiento de la microempresa propuesta.

Finalmente se concluye esta investigación con el Capítulo VII, que es el análisis de los impactos que genera la ejecución del presente proyecto, con el único afán de establecer el impacto general que tendrá en la zona y en la ciudad de Otavalo.

ÍNDICE GENERAL

	PÁG.
Portada	i
Autorización de uso y publicación	ii
Cesión de derechos	iv
Aceptación del tutor	v
Autoría	vi
Resumen Ejecutivo	vii
Abstract	viii
Dedicatoria	ix
Agradecimiento	x
Presentación	xi
Índice General	xiii
Índice de Cuadros	xxi
Índice de Gráficos	xxv

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

Antecedentes	1
Objetivos	4
Objetivo general	
Objetivos específicos	
Variables e indicadores	

Desarrollo del diagnóstico	5
Análisis de los factores políticos	
Análisis de los factores económicos	6
Análisis de los factores sociales	8
Análisis de los factores tecnológicos	10
Matriz AOOR	13
Identificación de la población	
Cálculo de la muestra	14
Diseño de los instrumentos de investigación	15
Determinación de la oportunidad de inversión	

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

La microempresa	16
Contabilidad	
Repostería	
Postres	17
Producto	
Diseño del producto	18
Producción	
Proceso de producción	19
Estudio de mercado	
Mercado	

Oferta	
Demanda	20
Precio	
Comercialización	
Estudio técnico	21
Tamaño del proyecto	
Macrolocalización	
Microlocalización	22
Flujograma	
Inversión	
Talento humano	
Estudio financiero	23
Ingresos	
Egresos	
Costo de operación	24
Presupuesto	
Estados financieros	
Capital de trabajo	25
Punto de equilibrio	
VAN	26
TIR	
Tasa de redescuento	

Relación Beneficio Costo	27
Tiempo de recuperación de la inversión	
Misión	28
Visión	
Organigrama	
Impactos	29
Impacto económico	
Impacto social	
Impacto ambiental	30

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

Objetivos	31
Matriz de variables de mercado	33
Análisis del producto	35
Identificación del producto	
Segmento de mercado	36
Identificación de la población	
Determinación de la muestra	
Mercado meta	37
Análisis de la demanda	
Naturaleza del consumidor	
Poder adquisitivo	38

Frecuencia de consumo	
Cantidad total de la demanda	
Proyección de la demanda de productos	41
Análisis de la oferta	43
Competencia actual	
Cantidad total de la oferta	
Proyección de la oferta	44
Balance Oferta – Demanda	46
Participación en el proyecto	47
Precios	48
Precios existentes en el mercado	
Fijación de precios	49
Precio de los productos ofertados por la microempresa	50
Proveedores	
Canales de distribución	51
Estrategias de mercadeo	
Estrategias del producto	52
Estrategias de precios	
Estrategias de plaza	53
Estrategias de promoción	54
Conclusiones del estudio	

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

Tamaño del proyecto	57
Mercado	
Disponibilidad de recursos financieros	
Disponibilidad de mano de obra	
Disponibilidad de materia prima	58
Localización del proyecto	
Macro localización	
Micro localización	60
Costos y medios de transporte	
Costos y disponibilidad de mano de obra	
Infraestructura	61
Cercanía al mercado	
Ambiente	
Planos de la micro-localización	
Ingeniería del proyecto	62
Proceso de producción de la repostería	
Tecnología	65
Obras civiles	70
Diseño de instalación de la planta	
Presupuesto técnico	73
Inversiones fijas	

Inversiones diferidas	76
Capital de trabajo	
Inversión total del proyecto	78
Financiamiento	
Talento humano	79

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO FINANCIERO	80
Estado de Situación Financiera Inicial	81
Determinación de ingresos proyectados	82
Determinación de egresos proyectados	83
Estado de resultados proyectado	89
Flujo de efectivo financiero	91
Evaluación financiera	92
Conclusión del estudio financiero	98

CAPÍTULO VI

6. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA	99
La empresa	
Razón social	
Misión	100
Visión	
Políticas	
Valores	101

Principios	
Conformación jurídica	102
Estructura organizativa	112
Estructura funcional	113

CAPÍTULO VII

7. Impactos	119
Impacto económico	
Impacto empresarial	120
Impacto ambiental	122
Impacto social	
Impacto educativo	123
Conclusiones	125
Recomendaciones	126
Fuentes de información	128
Anexo 1	130
Anexo 2	134
Anexo 3	136
Anexo 4	146

ÍNDICE DE CUADROS

	Pág.
Nº 1 Variable e indicadores	4
Nº 2 Matriz AOOR	13
Nº 3 Población segmentada	14
Nº 4 Variable de mercado	33
Nº 5 Productos demandados	40
Nº 6 Distribución de productos demandados	42
Nº 7 Demanda proyectada	
Nº 8 Demanda proyectada postres	43
Nº 9 Demanda proyectada chocolates	44
Nº 10 Oferta de productos	45
Nº 11 Oferta proyectada	46
Nº 12 Oferta proyectada postres	
Nº 13 Oferta proyectada chocolates	47
Nº 14 Demanda potencial postres	
Nº 15 Demanda potencial chocolates	48
Nº 16 Demanda potencial a satisfacer postres	
Nº 17 Demanda potencial satisfacer chocolates	49
Nº 18 Precios promedio de la competencia	50
Nº 19 Precios ofertados por la microempresa	73
Nº 20 Local comercial	74

Nº 21 Muebles y enseres	
Nº 22 Equipo de oficina	75
Nº 23 Maquinaria	
Nº 24 Inversión fija del proyecto	76
Nº 25 Inversión diferida	77
Nº 26 Capital de trabajo	78
Nº 27 Inversión total del proyecto	
Nº 28 Financiamiento	79
Nº 29 Talento humano	81
Nº 30 Estado de Situación Financiera Inicial	82
Nº 31 Ingresos proyectados	83
Nº 32 Egresos proyectados	84
Nº 33 Costos Indirectos de Fabricación	
Nº 34 Sueldos personal administrativo	85
Nº 35 Suministros y materiales de oficina	
Nº 36 Gastos Generales de Administración	86
Nº 37 Proyección sueldos personal administrativo	
Nº 38 Gastos publicidad	
Nº 39 Amortización	87
Nº 40 Depreciaciones	
Nº 41 Gastos de constitución	88
Nº 42 Resumen egresos proyectados	

Nº 43 Estado de resultados proyectados	90
Nº 44 Flujo de efectivo proyectado	91
Nº 45 Tasa de redescuento	92
Nº 46 VAN	93
Nº 47 VAN	94
Nº 48 TIR	
Nº 49 Ingresos y egresos actualizados	96
Nº 50 Punto de equilibrio	98
Nº 51 Organigrama estructural	112
Nº 52 Funciones Gerente general	113
Nº 53 Funciones Contadora	114
Nº 54 Funciones Jefe de producción	115
Nº 55 Funciones Chef	116
Nº 56 Funciones Vendedor	117
Nº 57 Impactos	119
Nº 58 Impacto económico	
Nº 59 Impacto empresarial	120
Nº 60 Impacto ambiental	121
Nº 61 Impacto social	122
Nº 62 Impacto educativo	123
Nº 63 Pregunta 1	136
Nº 64 Pregunta 2	137

Nº 65 Pregunta 3	
Nº 66 Pregunta 4	138
Nº 67 Pregunta 5	139
Nº 68 Pregunta 6	
Nº 69 Pregunta 7	140
Nº 70 Pregunta 8	141
Nº 71 Pregunta 9	142
Nº 72 Pregunta 10	143
Nº 73 Pregunta 11	144
Nº 74 Pregunta 12	
Nº 75 Pregunta 3	146
Nº 76 Pregunta 4	147
Nº 77 Pregunta 5	148

ÍNDICE DE GRÁFICOS

	PÁG.
Nº 1 Mapa de la carretera de Otavalo	2
Nº 2 Actividades económicas de Otavalo	3
Nº 3 Productos de repostería	35
Nº 4 Mapa político de Otavalo	59
Nº 5 Mapa de ubicación de Otavalo	60
Nº 6 Ubicación geográfica de la microempresa	61
Nº 7 Flujograma de producción	62
Nº 8 Hornos	66
Nº 9 Batidora	
Nº 10 Rack espiguero	67
Nº 11 Cortadora y cilindradora	
Nº 12 Termómetro chocolate	68
Nº 13 Utensilios de repostería	
Nº 14 Estribo	
Nº 15 Ampliable cortador de mesa	69
Nº 16 Espátulas y paletas	
Nº 17 Rodillo cortador de croissant	
Nº 18 Balanza	70
Nº 19 Refrigerador	
Nº 20 Diseño de planta de producción y comercialización	72
Nº 21 Logotipo de la microempresa	99

JUSTIFICACIÓN

La importancia que tienen los asuntos económicos en nuestra sociedad y la forma en que nos afectan individual y colectivamente, plantean la necesidad de una formación específica, que proporcione las claves necesarias para comprender un aspecto tan esencial de la realidad actual como es el económico.

Este proyecto está orientado a la creación de una microempresa dirigida a la producción y comercialización de repostería fina en la ciudad de Otavalo, en el cual se presentará los mejores productos de repostería, chocolatería y pastelería a la sociedad en general y brindará productos que ayuden a satisfacer las necesidades de los clientes.

Esto implica asumir con responsabilidad y honestidad, el cumplimiento de normas en la preparación y distribución de cada uno de los productos que la microempresa proporcionará a los consumidores.

Para ello, se adoptará un enfoque abierto y múltiple de servicio, donde el cliente será el protagonista principal de este proceso; y los beneficiarios directos será la población de Otavalo.

La creación de la microempresa ayudará a satisfacer las necesidades del consumidor, la cual generará ingresos, por lo que consecuentemente se dará un beneficio socio-económico con la creación de fuentes de trabajo, mejorando la calidad de vida de sus pobladores.

Todo esto se realizará con un minucioso estudio a base de encuestas y entrevistas, para determinar las necesidades de los clientes y de esta forma, satisfacer sus requerimientos; esto se realizará con los respectivos procesos de planificación, a fin de contribuir decisivamente en la toma de decisiones para el desarrollo óptimo de este proyecto.

OBJETIVOS DEL PROYECTO

OBJETIVO GENERAL

- ✚ Realizar el estudio de factibilidad para la creación de un microempresa dirigida a la producción y comercialización de repostería fina en la ciudad de Otavalo, provincia de Imbabura.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✚ Conocer la situación actual de Otavalo, en el ámbito de la repostería para identificar Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos.
- ✚ Estructurar el marco teórico que fundamente el presente trabajo de investigación.
- ✚ Determinar la demanda y oferta existente mediante un estudio de mercado para conocer las necesidades de la población y el grado de aceptación.
- ✚ Realizar el estudio técnico que nos permita identificar la ubicación y logística de la microempresa productora y comercializadora de repostería fina.
- ✚ Realizar el estudio financiero, el cual determinará la viabilidad financiera del proyecto.
- ✚ Desarrollar una estructura organizacional, para una adecuada gestión del talento humano.
- ✚ Identificar y examinar los principales impactos que generará el estudio de factibilidad.

METODOLOGÍA UTILIZADA

Los principales métodos que se utilizó para el presente proyecto son:

Método Inductivo

Este método de investigación obtiene conclusiones generales a partir de premisas particulares y en el presente trabajo se empleó para la recolección de información, a través de encuestas que se realizaron a posibles consumidores de repostería y entrevistas dirigidas a productores de repostería, que contribuyeron en la parte técnica y profesional a fin de llegar a tener una perspectiva general del tema a tratar.

Método Deductivo

Este método parte de conclusiones generales para extraer datos particulares y se utilizó en la formulación de los objetivos específicos, debido a que se derivan del objetivo general; en la elaboración de los antecedentes, ya que va de lo macro a lo micro; en la realización de las bases teóricas, ya que son conceptos que parten y se generan del título del proyecto de tesis; en el desarrollo del cuestionario de encuestas, que de temas generales se elaboraron preguntas particulares para conocer datos específicos y además se empleó para determinar los principios, leyes y normas acerca del tema, que se deben aplicar a fin de dar soluciones.

Método Analítico

Este método se utilizó para descomponer los objetivos específicos en partes como son en variables e indicadores, a fin de profundizar cada una de las ellas por separado; en el desarrollo de las bases teóricas, cuando a cada tema relevante del título de la tesis se dividió en partes esenciales para su análisis. En general se lo empleó en la elaboración de cada capítulo de la tesis, al descomponer cada elemento relevante del tema y examinarlo profundamente mediante la investigación bibliográfica y lincográfica y se usó

en la interpretación de los resultados de la encuesta, a través de programas informáticos y gráficos que faciliten el análisis de cada pregunta planteada

Método Sintético

El presente método integra los componentes que estaban separados a fin de estudiarlos en su totalidad, se empleó en la elaboración del Marco Teórico, ya que de diferentes datos bibliográficos se construyó una síntesis que abarque todo el contenido del tema; además partiendo de todos los análisis realizados en la encuesta se unió las ideas para sintetizarlas, reuniendo racionalmente las partes de un todo a fin de obtener las conclusiones finales de cada capítulo, en especial del diagnóstico y del estudio de mercado.

CAPÍTULO I

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. Antecedentes

San Luis de Otavalo o simplemente Otavalo, es una localidad de la provincia de Imbabura, en Ecuador; de acuerdo a las crónicas de Sancho Ponce de León(siglo XVI) significa 'cobija de todos' en pukina aymara.

Nombre del alcalde: Mario Hernán Conejo Maldonado

Perímetro urbano: 800 hectáreas

Población urbana: 44.536

Población rural: 65.925

Población total: 110.461

Otavalo es una ciudad india ubicada en una región montañosa, la ciudad es una mezcla de historia, costumbres, cultura y folklore; aquí se encuentra un paisaje hermoso, una amplia diversidad étnica, costumbres hereditarias, y la habilidad ingeniosa en el arte y las artesanías de los otavaleños.

Está situada en la zona norte del callejón interandino a 110 kilómetros de la capital del Ecuador, Quito y a 20 kilómetros de la ciudad de Ibarra y al sur oriente de la provincia de Imbabura.

Tiene una superficie de 579 kilómetros cuadrados, según los nuevos límites otorgados por el Gobierno Autónomo Descentralizado de Otavalo.

Se encuentra a una altura de 2.565 metros sobre el nivel del mar, y está ubicada geográficamente en las siguientes coordenadas: 78° 15' 49" longitud oeste 0° 13' 43" latitud norte.

Gráfico N° 1

Mapa de carretera de Otavalo



Fuente: GAD Otavalo

Elaborado: Autora.

Hay diferencias altitudinales, desde los 1.100 m.s.n.m., en la zona de Selva Alegre, hasta los 4.700 m.s.n.m., en el cerro Imbabura. La temperatura promedio es de 14 grados centígrados.

Es uno de los destinos turísticos más importantes del Ecuador, visitado por turistas nacionales y extranjeros; atraídos por su riqueza cultural en la que pueblos kichwa Otavalo y blanco mestizos mantienen su identidad, la misma que se fortalece con sus mitos, leyendas, costumbres y tradiciones milenarias recibidas por sus ancestros. Entre los atractivos turísticos se destacan:

Su Feria de Artesanías es la más famosa del Ecuador, aquí se ofrecen desde los ponchos y tapices de lana; existen artesanías de casi todas las regiones como por ejemplo: de Montecristi, Jipijapa, Cuenca y sombreros de Panamá.

La Cascada de Peguche es un hermoso sitio espiritual indígena al norte muy cerca de Otavalo, aquí puede disfrutar de una hermosa cascada dentro de su paisaje.

El Lago San Pablo es el lago más grande de la provincia, los indígenas salen a pescar por la mañana en sus canoas de paja, también toman un baño y lavan su ropa durante el día en sus aguas. El lago está rodeado de hosterías, fincas y restaurantes.

Parque del Cóndor en un lugar mágico a la cumbre de Curiloma, con uno de los paisajes más imponentes de los Andes ecuatorianos, se encuentra este refugio de fauna, flora y parque educativo, que es el hábitat del majestuoso cóndor de los Andes (*Vultur gryphus*) y de otros buitres.

Los hombres otavaleños son inmediatamente distintivos con sus colas de caballo largas, pantalones blancos, alpargatas, ponchos reversibles grises o azules y fieltros oscuros. Las mujeres, usan blusas maravillosamente bordadas, faldas largas negras, mantones y paños interesantes. Las mujeres también llevan joyas brillantes, alrededor de su cuello, cadenas de mullos de oro y de cristal y cadenas largas de mullos rojos alrededor de sus muñecas.

La región más grande de Imbabura está, rodeada por lagos, uno de los lagos más impresionantes es Cuicocha ubicado a 3200m en el pie del volcán Cotacachi.

Gráfico N° 2



Fuente: Investigación de campo
Elaborado: Autora

1.2. Objetivos

1.2.1. Objetivo General

Conocer la situación actual de Otavalo, en el ámbito de la repostería para identificar Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos.

1.2.2. Objetivos específicos

Para la formulación de los objetivos específicos, se aplicará la metodología PEST.

- Analizar los factores políticos que puedan incidir en el proyecto de repostería fina.
- Estudiar los factores económicos relativos al financiamiento, precios de los insumos y actividades económicas.
- Analizar los aspectos sociales de Otavalo.
- Caracterizar el nivel tecnológico necesario para la implementación del proyecto

1.2.3. Variables e Indicadores

Cuadro N° 1

VARIABLES	INDICADORES
Factores Políticos	<ul style="list-style-type: none">• Código de producción• Plan del Buen Vivir• Ordenanzas municipales
Factores Económicos	<ul style="list-style-type: none">• Entidades financieras• Actividades económicas
Factores Sociales	<ul style="list-style-type: none">• Educación• Escuelas de gastronomía• Desempleo
Factores Tecnológicos	<ul style="list-style-type: none">• Proveedores• Equipos y maquinarias

Fuente: Investigación directa

Elaborado: Autora

1.3. Desarrollo del Diagnóstico

1.3.1. Análisis de los Factores Políticos

Dentro de los aspectos políticos existen normas y reglamentos que inciden en la creación del presente proyecto; así tenemos:

- **Código de la Producción**

Luego de la revisión de este código se puede decir que es un aliado para el presente proyecto, ya que, democratiza el acceso a los factores de producción, con especial énfasis en las micro, pequeñas y medianas empresas.

De igual forma, fomenta la producción nacional, comercio y consumo sustentable de bienes y servicios.

Amparado bajo este Código, se ha creado el Fondo Nacional de Garantías, para que las micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes) del país, que no cuentan con las garantías reales, puedan acceder al crédito del sistema financiero.

Este es un es un mecanismo que permite dinamizar a los sectores productivos, brindando seguridad al sistema financiero y proporcionando a las empresas privadas mayor acceso al crédito.

Gracias a este Fondo, los empresarios podrán realizar sus inversiones con tranquilidad, acogidos en esta herramienta que ha desarrollado el Gobierno Nacional, logrando que sus empresas crezcan y se fortalezcan.

- **Plan del Buen Vivir**

Entre los objetivos de este plan, se encuentra el de garantizar el trabajo estable, justo y digno en su diversidad de formas sin excepciones, para consolidar sus derechos sociales y económicos como fundamento de nuestra sociedad.

Por ello, implica que el Estado tenga un rol fundamental en impulsar actividades económicas que garanticen a los trabajadores, oportunidades de empleabilidad, remuneraciones justas, condiciones saludables de trabajo, estabilidad y seguridad social, así como, un horario de trabajo que permita conciliar el trabajo con la vida familiar y personal.

- **Ordenanzas municipales**

En el GAD de Otavalo solamente existe una ordenanza que establece la tasa para la licencia única anual de funcionamiento a los establecimientos turísticos del cantón Otavalo, publicada en Registro Oficial N. 312, del 13 de julio de 2006.

1.3.2. Análisis de los Factores Económicos

- **Entidades financieras**

- **Corporación Financiera Nacional**

Cuenta con una línea de financiamiento que ofrece al beneficiario la flexibilidad para acceder a este crédito de la manera más ágil, con la finalidad de lograr una buena gestión social para la comunidad en general. La misma que incluye:

- Financiación de terrenos, bienes muebles e inmuebles y construcción.
- Capital de trabajo excluyendo gastos no operativos.
- Asistencia técnica
- Financiamiento de obligaciones (activos fijos y/o capital de trabajo) cartera CFN o cartera propia.

- **Banco Pro Credit**

El Banco cuenta con el programa FINPYME Credit que concede préstamos en dólares estadounidenses con competitivas tasas de interés fijas y plazos de tres a cinco años. También brinda asistencia técnica para mejorar las prácticas de gestión financiera, ambiental y comercial.

La aprobación de los préstamos se tramita mediante un procedimiento rápido, eficiente y uniforme.

Pero uno de los inconvenientes que presenta es que, las empresas que quieran aspirar a beneficiarse de este programa, tienen que ser empresas privadas que desarrollen actividades en sectores tales como agroindustria, manufactura, ventas al por mayor y por menor, servicios, construcción y prácticamente cualquier otro sector que beneficie a la economía local.

Las PYME que reúnan los requisitos deberán tener una antigüedad de tres años, como mínimo, y ventas anuales de entre US\$500.000 y US\$6.000.000. Se da prioridad a empresas orientadas a la exportación o a la sustitución de importaciones, así como a empresas cuyas operaciones no tengan un impacto sustancial en el medio ambiente.

➤ **Banco de Guayaquil**

Cuenta con un crédito para capital de trabajo, diseñado para cubrir las necesidades de capital de trabajo y financiamiento a corto y mediano plazo para dar continuidad al negocio en los momentos más importantes.

El mismo que cuenta con:

- Asignación de un cupo para la empresa para ser tomado de acuerdo a sus necesidades de financiación.
- Cuota de amortización, según monto y plazo del crédito.
- Flexibilidad, es decir, ajuste de los pagos de acuerdo al Flujo de Caja y estacionalidad de las ventas.
- Asesoría permanente por parte de un Ejecutivo de Cuenta.

El problema de para acceder a este crédito, es que la empresa ya tiene que estar en marcha, ya que el crédito se asigna para continuar con la actividad productiva de la misma.

- **Actividades económicas**

Otavalo en términos de la economía de la zona, uno de sus recursos más importantes es el turismo, ya que por su riqueza histórica y antropológica atrae todo el año un importante número de turistas tanto nacionales como extranjeros.

Es sede del mercado artesanal indígena más grande de Sudamérica y sus productos pueden encontrarse por todo el mundo ya que la influencia de sus artesanías han logrado salir fuera del país desde los años 80; actualmente los otavaleños se encuentran por casi todos los continentes exponiendo sus artesanías, música y cultura la mejor salida de trabajo para los otavaleños.

En paralelo al recurso turístico, la agricultura representa una importante fuente laboral asociada a la cultura indígena de la zona; la situación es altamente favorecida por la conectividad con importantes centros de consumo como Quito e Ibarra.

1.3.3. Análisis de los Factores Sociales

La demografía de Otavalo es de 104.667 y; se analizan los aspectos de:

- **Educación**

El sistema de educación tiene una cobertura alta en lo referente a educación básica.

La tasa de analfabetismo ha disminuido con relación a los anteriores periodos censales.

El nivel de educación sigue avanzando, gracias al acceso que brinda el Estado a los estudiantes y a la gratuidad de la misma. Por ello, existe un problema en la cultura de consumo, en lo referente a la repostería.

- **Escuelas de gastronomía**

La existencia de escuelas de gastronomía cercanas, favorece a la microempresa ya que, posibilita el acceso a capacitaciones para los trabajadores de la misma.

- **Eshoteg**

Es una escuela que brinda cursos de repostería y más. Se encuentra ubicada en Otavalo, en la calle Salinas 6-51 y Modesto Jaramillo, sector el Jordán, a media cuadra de la Plaza de los Ponchos.

- **Fondue's**

Brinda cursos en todo lo referente a la gastronomía, dentro del cual se encuentra la repostería. Está ubicado en Ibarra, en la avenida Alfonso Almeida 2-10, frente al SECAP.

- **SECAP**

Desarrolla cursos de corta y larga duración durante todo el año. La programación de los cursos se actualiza de acuerdo a la finalización de los procesos de la formación profesional. Se encuentra en la ciudad de Ibarra, avenida Dario Egas Almeida.

- **Desempleo**

La Población Económicamente Activa (PEA), según el último censo de población en la provincia de Imbabura asciende a 168.734 personas, de los cuales el 59,41% son hombres y el 40,59% son mujeres. De estos 161.752 personas están dentro de la población ocupada y 6.982 son población desocupada. Ibarra tiene el mayor porcentaje de PEA con el 47%, seguido del Cantón Otavalo con el 25%. La construcción, está en el quinto lugar en la distribución de las ocupaciones de la PEA con el

7,11% del total. 10.545 personas, hasta el 2010 realizaban este tipo de trabajos.

1.3.4. Análisis de los Factores Tecnológicos

De acuerdo a la tecnología que se utilice, se puede innovar en los productos y servicios.

La tecnología que se utilice en la microempresa, debe estar de acuerdo a los estándares establecidos.

- **Proveedores**

- **Dulce Aroma**

Es una empresa ubicada en Quito, Centro Comercial CCNU – Planta Baja Local #21, tiene cuatro años en el mercado nacional e internacional, cuenta con locales de capacitación y distribución de productos de repostería. El principal objetivo que tiene Dulce Aroma es el de capacitar e impulsar el arte en azúcar en Ecuador; esta actividad ha sido considerada como una artesanía en el país y no como un arte de innovación y talento.

Entre los productos que ofrece Dulce Aroma se encuentran productos para pastelería, chocolatería, decoración, realización de flores y modelado y algunos materiales necesarios para repostería.

Los precios de los productos son accesibles, ya que varían de acuerdo al tipo, tamaño y función que realicen cada uno de estos.

- **COMAPAN**

Es una empresa especialista en la venta de equipos y maquinarias de repostería, tiene accesorios, hornos, anaqueles, fregaderos, mostradores, rejillas de piso, es decir, toda una gama de productos de acero inoxidable que fabrica y pone a la venta para soluciones de panadería. Cuenta con

especialistas en planta que ayudan a encontrar de la mejor manera, los accesorios, máquinas y el equipo que necesita para la puesta en marcha de un proyecto de panadería.

Se encuentra ubicada en Octava Transversal N 61-138 y Legarda, Cotacollao, Ecuador.

➤ **PRODISPRO**

Prodispro Cía. Ltda. Es una compañía dedicada a la comercialización de productos de consumo, que atiende el norte de Pichincha, Imbabura y Carchi, con infraestructura propia y posee la fuerza de ventas más grande del país, esto le permite llegar a todo tipo de negocio en cada una de las ciudades de las provincias que atiende.

Está ubicada en la Av. Rodrigo de Miño Lote 2 y Fray Vacas Galindo - Parque Industrial – Ibarra.

- **Equipos y maquinarias**

- **Para medir**

Aunque la mayoría de las recetas de cocina necesitan de medición de los ingredientes, en la repostería estos utensilios son básicos pues gran parte del éxito de una receta se basa en la buena medición de cada uno de los ingredientes.

Balanzas.- hay balanzas mecánicas y electrónicas, lo importante es que sean fiables y que pesemos todos los ingredientes en la misma balanza para evitar posibles diferencias.

Cucharas medidoras: las hay para mililitros y también las que miden en TBS o tablespoon (cuchara sopera) y TPS o teaspoon (cuchara de té) y normalmente se comercializan las que marcan 1TBS, ½ TBS, 1 TSP, ½ TSP y ¼ TSP.

Otros utensilios prácticos son el termómetro de azúcar, casi imprescindible para los almíbares o el chocolate y una regla metálica que nos ayudará a marcar porciones con precisión.

➤ **Para mezclas y masas**

Tamices.- los clásicos de madera son como cedazos son muy bonitos pero tienen el inconveniente de la limpieza. Los metálicos en forma de jarra que además incorporan medición en su lateral son muy prácticos. A falta de este utensilio bien nos podemos valer de un colador fino de acero inoxidable.

Cuencos o bowls.- Conviene hacerse con un buen juego de cuencos o bowls, sumamente prácticos para poner los ingredientes y hacer las mezclas. Lo mejor es disponer de varios y de diferentes tamaños.

Batidoras.- Las clásicas batidoras de varillas siguen siendo muy útiles, sobre todo si son de buena calidad y poseen un buen mango que sea cómodo en su agarre.

Las pequeñas batidoras de varillas eléctricas son muy sencillas y prácticas y pueden batir unas claras o montar nata en cantidades regulares obteniendo muy buenos resultados.

Las grandes batidoras eléctricas de marcas reconocidas como Kenwood o KitchenAid cuentan cada vez con mayor presencia en nuestras cocinas, suponiendo una gran ayuda en la elaboración repostería. Pueden amasar grandes cantidades de producto gracias a sus potentes motores y asegurarnos unos batidos y mezclas con resultados profesionales.

Espátulas rebañadoras.- Las espátulas son de gran ayuda para rebañar bien las superficies y no desperdiciar producto. Las de silicona son fantásticas. También nos ayudan a mezclar a mano ingredientes delicados.

Exprimidores de cítricos y ralladores.- Tanto manuales como mecánicos son muy prácticos. El manual de Lekue que es de silicona, retiene las pepitas y sirve para conservar el cítrico que nos ha sobrado.

Rodillos.- Los rodillos estándar están fabricados con madera sólida y pesada, aunque también los hay de siliconas duras y de mármol.

1.4. Matriz AOOR

Cuadro Nº 2

ALIADOS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Código de producción. ➤ Plan del buen vivir. ➤ Acceso a materia prima, equipos y maquinarias. ➤ Existencia de escuelas de gastronomía. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Amplio mercado para la repostería. ➤ Nuevas tendencias de compradores de repostería. ➤ Nuevas formas de hacer repostería.
OPONENTES	RIESGOS
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Escaso acceso a créditos para incrementar nuevos productos y servicios. ➤ Problemas en la cultura de consumo. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Alza o incremento en los precios de la materia prima. ➤ Competencia desleal. ➤ Aparecimiento inesperado de nuevas microempresas de repostería.

Fuente: Investigación directa
Elaborado: Autora

1.5. Identificación de la población

La población motivo de investigación queda identificada de la siguiente manera:

1.5.1. Población uno

La población segmentada de la ciudad de Otavalo constituye la PEA urbana, lo que da un promedio de 21.925 habitantes.

Cuadro Nº 3

Población segmentada

Población urbana	PEA Urbana
39.354	21.925

Fuente: INEC 2010
Elaborado: Autora

1.5.2. Población dos

La población de productores y comercializadores de repostería en la ciudad de Otavalo, constituye un total de 8 productores dueños de las diferentes empresas existentes en la ciudad, con sus respectivos puntos de venta.

1.6. Cálculo de la muestra

En lo referente a la PEA urbana de Otavalo, siendo un total de 21.925 habitantes, mayor a los 100, se aplicó una fórmula muestral de población finita, cuya fórmula fue la siguiente:

$$n = \frac{N * p * q * Z^2}{e^2 * (N - 1) + p * q}$$

En la que:

n = Tamaño de la muestra

N = Tamaño de la población

p = Valor de éxito

q = Valor de fracaso

Z = Z crítico o tipificado

E = Error

1.7. Diseño de los instrumentos de investigación

1.7.1. Información primaria

Para la investigación que se efectúa en el presente capítulo, se realiza dos tipos de encuesta:

- Encuesta dirigida a la población de la ciudad de Otavalo.
- Encuesta dirigida a los productores y comercializadores de repostería.

1.7.2. Información secundaria

- Estadísticas actuales del INEC Censo 2010.
- Documentos informativos del Municipio de Otavalo.

1.8. Determinación de la oportunidad de inversión

Se llegó a determinar la oportunidad de inversión gracias a que la ciudad de Otavalo es un cantón productivo en todos los niveles, ya que es el mercado de artesanías más grande de Sudamérica, por lo que es una ciudad turística.

Por lo tanto, el presente proyecto, propone la creación de una microempresa dirigida a la producción y comercialización de repostería fina en la ciudad de Otavalo, la misma que brinde productos de calidad, variedad de diseños, tamaños y colores en todo lo referente a la repostería fina que se ha de exponer a los potenciales clientes y consumidores.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. La microempresa

(PAEZ, 2008)Pág. 3 manifiesta: *“La microempresa, es el conjunto organizado de recursos humanos, materiales, tecnológicos y financieros, destinados a desarrollar actividades de producción, comercio o servicios, con la finalidad de obtener beneficios económicos y satisfacer las necesidades personales, familiares”.*

La microempresa o los microempresarios buscan siempre la forma de iniciar negocio que luego se puede transformar en empresas sólidas, con un mercado ya explorado y consolidado por la misión de sus propietarios o administradores, que tiene la misión de seguir fortaleciendo sus negocios o empresas en el futuro.

Esto nos da una perspectiva que la gran mayoría de las microempresas son creadas por la necesidad de obtener o mejorar los ingresos familiares.

2.2. Contabilidad

(BRAVO VALDIVIEZO, 2007)Pág.7 manifiesta: *“La contabilidad identifica, evalúa, registra y produce síntesis de información. La contabilidad tiene como misión principal el proporcionar una información adecuada y sistemática del acontecer económico y financiero de las empresas”*

La contabilidad es la ciencia que analiza, interpreta y registra datos, para proporcionar una información adecuada de acontecer económico y financiero de las empresas.

2.3. Repostería

(BELLAHSEN, 2008) Pág. 6 expresa:*“Repostería, confitería o pastelería es el arte de preparar o decorar pasteles u otros postres dulces como*

bizcochos, tartas o tortas. También se conoce como repostería, confitería o pastelería a un establecimiento donde se venden dichos postres.”

2.3.1. Postres

(BELLAHSEN, 2008) Pág. 10 expresa: *“Son platos de sabor dulce o agridulce que se toma al final de la comida. Cuando se habla de postres se entiende a alguna preparación dulce, si bien sean cremas, tartas, pasteles, helados, bombones. Por extensión se denomina postre a cualquier comida dulce, incluso si su objetivo no es ser ingerido al final de la comida, como sería el caso de las galletas o las magdalenas.”*

Hay postres que se preparan al momento o con anticipación, así mismo existen en todas las temperaturas y texturas para agradar al paladar.

Importante es considerar en estos días que los postres son de gran aportación calórica y energética, por lo que también se han diseñado en la actualidad, gran variedad de postres que han logrado cambiar ingredientes por algunos menos riesgosos para la salud, ejemplo de ello son los que incluyen menos grasas, o bien frutas naturales, ingredientes sin refinar o azúcares sustitutas para evitar enfermedades como la diabetes u obesidad.

2.4. Producto

(CÓRDOVA PADILLA, 2006)Pág. 49 sintetiza: *“El producto del proyecto es el resultado tangible de la acción del trabajo y con los otros factores de producción, como medio que en el momento y circunstancias dadas, permite satisfacer las necesidades.”*

Producto es lo que necesitan los consumidores para satisfacer una determinada necesidad.

La calidad del producto también debería determinarse a través de cómo los clientes ven el producto. Desde una perspectiva comercial, calidad

significa la capacidad de un producto para satisfacer las necesidades o requerimientos de un cliente.

La mayoría de los productos es la mezcla de bienes y servicios físicos.

2.4.1. Diseño del producto

(CÓRDOVA PADILLA, 2006) Pág. 51 sintetiza: *“El diseño es un factor principal en la supervivencia de la mayoría de las empresas. Aunque existen algunas empresas que experimentan muy poco cambio en sus productos, la mayoría de las compañías deben revisarlas en forma constante.”*

En las industrias que cambian con rapidez, la introducción de nuevos productos es una forma de vida y se han desarrollado enfoques muy sofisticados para presentar nuevos productos.

El diseño del producto casi nunca es responsabilidad única de la función de producción, sin embargo, ésta se ve muy afectada por la introducción de nuevos productos y viceversa. La función de producción es el "receptor" de la introducción de nuevos productos. Al mismo tiempo, estos nuevos productos se ven limitados por las producciones existentes y la tecnología. Por lo tanto, resulta extremadamente importante comprender el proceso de diseño de nuevos productos así como su interacción con las operaciones.

A través de una cooperación íntima entre producción y mercadotecnia, la estrategia del mercado y la estrategia del producto se pueden integrar con las decisiones que se relacionan con el proceso, la capacidad, inventarios, fuerza de trabajo y calidad.

2.4.2. Producción

(ZAPATA, 2008) Pág. 52 expresa: *“Se puede definir a la producción como el conjunto de actividades encaminadas a transformar la materia prima en bienes que satisfagan necesidades finales, como también y la obtención de rentabilidad para quien lo genera.”*

2.4.3. Proceso de producción

(ZAPATA, 2008) Pág. 57 expresa: *“Un proceso de producción es un sistema de acciones que se encuentran interrelacionadas de forma dinámica y que se orientan a la transformación de ciertos elementos. De esta manera, los elementos de entrada (conocidos como factores) pasan a ser elementos de salida (productos), tras un proceso en el que se incrementa su valor.”*

Es un conjunto de acciones que se realizan para la transformación de materiales en productos terminados.

2.5. Estudio de mercado

(VACA URBINA, 2006)Pág. 7 dice: *“Con este nombre se denomina a la primera parte de la determinación y cuantificación de la oferta y la demanda, el análisis de precios y la comercialización.”*

El estudio de mercado es la parte más importante de un proyecto ya que nos va a decir si los productos van a tener o aceptación en el mercado.

2.5.1. Mercado

(CÓRDOVA PADILLA, 2006)Pág. 47 conceptualiza: *“El mercado ese le área en la cual convergen las fuerzas de la oferta y la demanda para establecer el precio único, y por lo tanto, la cantidad de transacciones que se van a realizar”.*

En base a lo antes expuesto se entiende como mercado al lugar donde se oferta y se demanda productos y servicios.

2.5.2. Oferta

(CÓRDOVA PADILLA, 2006)Pág. 48 define: *“es la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a ofrecer a un precio dado en un momento determinado. La oferta está determinada por factores*

como el precio del capital, la mano de obra y la mezcla óptima de los recursos mencionados, entre otros.”

Son todos los productos o servicios que ofrecen los productores a los consumidores para cubrir sus necesidades.

2.5.3. Demanda

(VACA URBINA, 2006)Pág. 12 manifiesta:*“La demanda se define como la cantidad de bienes o servicios que los consumidores están dispuestos a comprar a un precio y cantidad dado en un momento determinado. La demanda está determinada por factores como el precio del bien o servicio, la renta personal y las preferencias individuales del consumidor.”*

Es todo lo que los consumidores quieren para satisfacer sus necesidades y se debe dimensionar para saber con exactitud lo que se va a producir.

2.5.4. Precio

(VACA URBINA, 2006)Pág. 14 dice:*“El precio, expresa el valor del producto o servicio en términos monetarios. Las materias primas, el tiempo de producción, la inversión tecnológica y la competencia en el mercado son algunos de los factores que inciden en la formación del precio”.*

El precio es el valor monetario que los consumidores están dispuestos a pagar por un bien o servicio.

2.5.5. Comercialización

(MIRANDA MIRANDA, 2004)Pág. 117 manifiesta:*“Comercialización son las formas específicas de procesos intermedios que han sido previstos para que el producto o servicio llegue al usuario final”.*

La comercialización son las estrategias que se podrán utilizar para hacer que los clientes demande los productos.

2.6. Estudio técnico

(CÓRDOVA PADILLA, 2006) Pág.209 expresa: *“Estudio técnico determina la necesidad de capital y de mano de obra necesaria para la ejecución del proyecto, es donde se puede definir la producción de un solo producto, varios productos, o de una línea de artículos”.*

El estudio técnico es el análisis de los elementos técnicos y monetarios que se van a utilizar para implantar el proyecto, producir y vender el producto a fabricar.

2.6.1. Tamaño del proyecto

(VACA URBINA, 2006) Pág. 84 dice: *“En términos generales, el tamaño del proyecto está conceptuado por la capacidad instalada o de producción, y se expresa en unidades de producto en un periodo operacional determinado”.*

Es la capacidad de elaboración del bien a producir, mediante variables determinadas como la demanda, oferta, inversión, tecnología que debe poseer la empresa.

2.6.2. Macro localización

(JÁCOME, 2004) Pág. 133 expresa: *“Se refiere a establecer con toda la precisión el lugar geográfico donde se va a llevar a cabo el proyecto tomando en cuenta las siguientes consideraciones como región, provincia y cantón: con el fin de mejorar la precisión es importante determinar las coordenadas geográficas con lo cual se tiene una localización muy confiable”.*

La macro localización es establecer el lugar preciso dentro de un espacio geográfico amplio para implantar el proyecto tomando en cuenta aspectos y condiciones que permitan el desarrollo pleno de la empresa y de la sociedad involucrada.

2.6.3. Micro localización

(CÓRDOVA PADILLA, 2006) Pág. 226 define: *“La micro localización abarca la investigación y la comparación de los componentes del costo y un estudio de costos para cada alternativa. Se debe de identificar la ubicación del proyecto en el plano del sitio donde opera”.*

Es el estudio que se realizar con el fin de seleccionar el lugar específico en donde se va a desarrollar el proyecto.

2.6.4. Flujograma

(PAEZ, 2008) Pág. 75 dice: *“El Flujograma o diagrama de flujo consiste en una representación gráfica de las partes de un proceso, mostrando las actividades, los materiales, servicios y tomas de decisión que se realizan durante el desarrollo de actividades.”*

Es una simbología que representa las operaciones efectuadas en cada proceso.

2.6.5. Inversión

(CÓRDOVA PADILLA, 2006) Pág. 319 expone: *“Es la inversión inicial del proyecto está constituida por todos los activos fijos, tangibles e intangibles necesarios para operar y el capital de trabajo”.*

La inversión está constituida por los activos fijos, tangibles e intangibles en los que se debe incurrir para poder ejecutar el proyecto.

2.6.6. Talento humano

(WESTERFIEL JOSS, 2003) Pág. 81 dice: *“el talento humano consiste en la planeación, organización, desarrollo y coordinación, así como también como control de técnicas, capaces de promover el desempeño eficiente del personal, a la vez que el medio que permite a las personas que*

colaboran en ella alcanzar los objetivos individuales relacionados directamente o indirectamente con el trabajo”.

El talento humano es un grupo de personas seleccionadas en base a las necesidades del proyecto y que aportan con su trabajo en todas las áreas de la empresa con el fin de alcanzar objetivos propuestos.

2.7. Estudio financiero

(MIRANDA MIRANDA, 2004) Pág. 166 señala: *“Es la técnica que permite analizar los estados contables de la empresa con el fin de tomar decisiones encaminados a la optimización de los recursos financieros, vale decir, a la planeación y control financiero de la empresa”.*

Por lo antes mencionado se pretende decir que el estudio financiero estipula los recursos económicos precisos para la realización del proyecto, el costo total para la operación de la planta.

2.7.1. Ingresos

(WESTERFIEL JOSS, 2003) Pág. 89 explica: *“En una empresa, cuando hablamos de un ingreso, nos referimos al flujo económico independientemente de si se ha cobrado o no”.*

El ingreso es el incremento el patrimonio por las rentas recibidas por las ventas y uso de los productos o servicios ofrecidos.

2.7.2. Egresos

(WESTERFIEL JOSS, 2003) Pág. 94 explica: *“Erogación o salida de recursos financieros, motivada por el compromiso de liquidación de algún bien o servicio recibido o por algún otro concepto. Desembolsos o salidas de dinero, aun cuando no constituyan gastos que afecten las pérdidas o ganancias”.*

Es la salida monetaria de las economías de la empresa ocasionada por compromisos adquiridos con otras entidades.

2.7.3. Costos de operación

(JÁCOME, 2004) Pág. 147 Indica: *“Los costos deben de ser clasificados en fijos y variables. Los costos variables son: materia prima (MP), mano de obra (MO), y los gastos indirectos de fabricación (CIF), tratándose de proyectos de producción, en los casos de los de comercialización se determinara el costo de ventas. Los costos fijos se refieren a obligaciones independientes de los niveles de ventas o de producción”.*

Se puede decir que los costos de operación son los gastos necesarios que realiza la empresa para poder mantener la producción, los elementos del costo que son la materia prima, mano de obra y los costos indirectos de fabricación.

2.7.4. Presupuesto

(PAEZ, 2008) Pág. 81 manifiesta: *“Presupuesto es el cálculo y negociación anticipado de los ingresos y gastos de una actividad económica (personal, familiar, un negocio, una empresa, una oficina, un gobierno) durante un período, por lo general en forma anual. Es un plan de acción dirigido a cumplir una meta prevista, expresada en valores y términos financieros que, debe cumplirse en determinado tiempo y bajo ciertas condiciones previstas, este concepto se aplica a cada centro de responsabilidad de la organización”.*

El presupuesto es el instrumento de desarrollo anual de las empresas o instituciones cuyos planes y programas se formulan por término de un año.

2.7.5. Estados financieros

(BRAVO VALDIVIEZO, 2007) Pág. 183 define: *“Los estados financieros se elaboran al finalizar el periodo contable con el objeto de proporcionar*

información sobre la situación económica y financiera de la empresa. Esta información permite examinar los resultados obtenidos y evaluar el potencial futuro de la compañía a través de: Estados de Resultados, Estado de Superávit, Balance General, Estado de flujo de Efectivo y Estado de Cambios de Patrimonio”.

Es un estado financiero que muestra en forma ordena el resultado del ejercicio durante un periodo contable, dicha información que se muestra en el mismo sirve para determinar la situación económica y asiste en la toma de decisiones.

2.7.6. Capital de trabajo

(ZAPATA, 2008) Pág. 61 *Manifiesta que: “El capital de trabajo son aquellos recursos que requiere la empresa para poder operar. En este sentido el capital de trabajo es lo que comúnmente conocemos activo corriente. (Efectivo, inversiones a corto plazo, cartera e inventarios)”.*

La empresa para poder operar, requiere de recursos para cubrir necesidades de insumos, materia prima, mano de obra, reposición de activos fijos. Estos recursos deben estar disponibles a corto plazo para cubrir las necesidades de la empresa a tiempo.

Para determinar el capital de trabajo de una forma más objetiva, se debe restar de los activos corrientes, los pasivos corrientes. De esta forma obtenemos lo que se llama el capital de trabajo neto contable. Esto supone determinar con cuántos recursos cuenta la empresa para operar si se pagan todos los pasivos a corto plazo.

2.7.7. Punto de equilibrio

(CÓRDOVA PADILLA, 2006) Pág. 360 dice: *“El punto de corte de las curvas de oferta y demanda se denomina punto de equilibrio, determinando una cantidad y un precio de mercado”.*

En un mercado competitivo las decisiones individuales de miles de compradores y vendedores empujan de forma natural hacia el punto de equilibrio.

Si en un momento dado el mercado no está en equilibrio esto se puede deber a que el precio sea superior al de equilibrio en cuyo caso la cantidad demandada será inferior a la ofrecida.

2.7.8. Valor Actual Neto (VAN)

(CÓRDOVA PADILLA, 2006)Pág. 360 dice: *“VAN definiéndose como la diferencia entre los ingresos y los egresos (incluida como egreso la inversión) a valores actualizados o la diferencia entre los ingresos netos y la inversión inicial”.*

El VAN es un procedimiento que consiste en calcular el valor presente de determinados flujos de caja a futuros, producidos por la inversión el cual nos permite distinguir si es oportuno realizar la inversión en el proyecto.

2.7.9. Tasa Interna de Retorno (TIR)

(CÓRDOVA PADILLA, 2006)Pág. 369-370 afirma: *“el TIR refleja la tasa de interés o de rentabilidad del proyecto arroja periodo a periodo durante toda su vida útil”.*

Se define como la rentabilidad que el proyecto restituye en cada periodo de vida útil después de haber realizado la inversión.

2.7.10. Tasa de redescuento

(CÓRDOVA PADILLA, 2006)Pág. 365 describe: *“es la tasa de interés a la que un inversionista asumirá por el pago de intereses para redimir un valor en deuda que pueden ser reinvertidos durante el vencimiento de dicho valor”.*

Se puede concluir que la tasa de descuento es la que se aplica para el redescuento de efectos descontados con anterioridad, generalmente entre bancos.

2.7.11. Relación Beneficio Costo

(JÁCOME, 2004)Pág. 96 explica: *“Este parámetro sirve para juzgar como retornan los ingresos en función de los egresos, para lo cual sirve de insumos los ingresos y egresos proyectados en el flujo de caja. Si B/C es mayor que 1, tenemos un adecuado retorno. Si B/C es menor que 1, no hay una adecuado retorno, por lo tanto no es atractiva la inversión. Si B/C es igual a 1, indica indiferencia tampoco es aceptable por que equivale a no haber hecho nada”.*

En lo antes mencionado se puede mencionar que la relación costo beneficio es la evaluación de un proyecto basada en costos y beneficios derivados de él.

2.7.12. Tiempo de recuperación de la inversión

(JÁCOME, 2004)Pág. 83 manifiesta: *“este elemento de evaluación económica financiera, permite conocer en qué tiempo se recuperara la inversión tomando en cuenta los comportamientos de los flujo de cajas proyectados, es un indicador bastante significativo, siempre y cuando exista certidumbre en lo pronosticado, lo cual en la realidad no es muy cierto por que las condiciones económicas son flotantes cambiantes”.*

Se puede concluir que el tiempo de recuperación de la inversión es un instrumento que permite calcular el plazo de tiempo que se necesita para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen la inversión inicial, es un indicador confiable en algunos aspectos cuando las condiciones del mercado son cambiantes.

2.8. Misión

(JÁCOME, 2004) Pág. 95 Define: *“La misión es el motivo, propósito, fin o razón de ser de la existencia de una empresa u organización porque define”:*

- *Lo que pretende cumplir en su entorno o sistema social en el que actúa*
- *Lo que pretende hacer*
- *Él para quién lo va a hacer; y es influenciada en momentos concretos por algunos elementos como: la historia de la organización, las preferencias de la gerencia y/o de los propietarios, los factores externos o del entorno, los recursos disponibles, y sus capacidades distintivas.*

Se puede agregar que la misión razón de ser de la empresa, para que nos constituimos, para quien y que vamos a ofrecer.

2.9. Visión

(JÁCOME, 2004) Pág. 97 Define: *“La visión es una exposición clara que indica hacia dónde se dirige la empresa a largo plazo y en qué se deberá convertir, tomando en cuenta el impacto de las nuevas tecnologías, de las necesidades y expectativas cambiantes de los clientes, de la aparición de nuevas condiciones del mercado”.*

La visión es hacia donde queremos llegar en el futuro, en qué clase de empresa queremos convertirnos en el futuro.

2.10. Organigrama

(PAZMIÑO, 2002) Pág. 103 expresa: *“Es la representación gráfica de la organización de la empresa. Consiste en un gráfico que representa la estructura de una empresa, así como interdependencia entre sus departamentos y servicios.”*

Es la espina dorsal de la empresa en donde se señalan los niveles jerárquicos tanto de forma horizontal como vertical, desde el nivel ejecutivo hacia el nivel operativo.

2.11. Impactos

(JÁCOME, 2004)Pág. 171 explica: *“los impactos son posibles consecuencias que pueden presentar cuando se implante el proyecto, por lo tanto es importante analizar su efecto cualificando y cuantificando, porque permite establecer las posibles bondades o los posibles defectos que tiene el proyecto”.*

Según lo antes expuesto los impactos son la huella o consecuencia o resultado positivo o negativo, según los efectos que se presenten por la implantación del proyecto.

2.11.1. Impacto económico

(JÁCOME, 2004)Pág. 171 exterioriza: *“El nivel de eficiencia económica; es decir, pertenece a una comparación de suma de los costos y beneficios sociales consecuentes del proyecto, independientemente de la manera en que ellos lo distribuyen entre los otros participantes sociales”.*

Por la cita mencionada por el autor se entiende por impacto económico a la decisión de promover un proyecto de inversión puede tener efectos importantes tanto en la generación de la actividad económica como en la creación de la ocupación.

2.11.2. Impacto social

(JÁCOME, 2004)Pág. 175 examina como: *“los diferentes cambios que ocurren en procesos y productos del área de acción o intervención. Los cambios en las sociedades debidos a logros en las investigaciones también son definidos como impacto social, así como en general todos los*

logros que pueden observarse a través de tiempo derivados de un proyecto de acción o intervención.

Entonces el impacto social se refiere al cambio efectuado en la sociedad debido al producto de las investigaciones.

2.11.3. Impacto ambiental

(BRAVO VALDIVIEZO, 2007)Pág. 417 exterioriza: *“se entiende a cualquier modificación de las condiciones ambientales o a la generación de un nuevo conjunto de condiciones ambientales, negativas o positivas, como consecuencia de las acciones propias del proyecto en consideración”.*

De la definición antes mencionada se entiende como impacto ambiental a la reducción al mínimo de los abusos en los diversos ecosistemas, elevar al máximo las posibilidades de supervivencia de todas las formas de vida, por muy pequeñas e insignificantes que resulten.

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

Introducción

En la actualidad la microempresa como toda actividad productiva busca como establecerse en el mercado productivo regional y nacional, no es una excepción la ciudad de Otavalo, en la cual el consumo de nuevos y novedosos productos de nuestra industria local, es grande.

El presente estudio de mercado servirá como una herramienta valiosa para obtener la información necesaria, sobre las características de los productos que requiere el consumidor de la ciudad de Otavalo, así como sus gustos y preferencias, las necesidades que desean cubrir y el poder de adquisición para estos y también facilitar el análisis de la competencia, conocer las oportunidades y amenazas.

Al analizar el mercado conlleva a afirmar que es necesario examinar eficientemente el universo de estudio, de la competencia, así como de los potenciales clientes antes de iniciar un programa de marketing; a fin de tener las armas y el conocimiento necesario para emprender un proyecto donde el capital aportado se espera recuperarlo en el corto o mediano plazo.

3.1. Objetivos

3.1.1. Objetivo General

Realizar el estudio de mercado para la producción y comercialización repostería fina en la ciudad de Otavalo.

3.1.2. Objetivos Específicos

- Definir las características que debe poseer el producto.
- Determinar el mercado al cual se enfoca la repostería producida en la microempresa.
- Identificar el comportamiento de la demanda.

- Identificar el comportamiento de la oferta.
- Fijar el precio de venta de los postres.
- Analizar los mejores proveedores de materia prima.
- Establecer las más adecuadas estrategias de mercado.

3.2. Matriz de Variables de Mercado

Cuadro Nº 4

OBJETIVO	VARIABLE	INDICADOR	PREGUNTAS	TÉCNICA	INFORMANTES
Identificar la forma de comercialización de repostería fina en la ciudad de Otavalo.	Comercialización	Hábitos de consumo	¿La repostería se encuentra dentro de su dieta alimenticia?	Encuesta	Población segmentada
		Gustos y preferencias	¿Qué tipo de productos de repostería usted consume	Encuesta	Población segmentada
		Razones de consumo	¿Por qué razón usted consume productos de repostería?	Encuesta	Población segmentada
		Calidad del producto	¿Cómo establece usted la calidad del producto al momento de comprar?	Encuesta	Población segmentada
		Lugar de compra	¿En qué lugar adquiere los productos de repostería?	Encuesta	Población segmentada
		Demanda	¿Le gustaría consumir repostería fina producida en la ciudad de Otavalo?	Encuesta	Población segmentada

		Frecuencia de consumo	¿Con qué frecuencia consumiría usted productos de repostería?	Encuesta	Población segmentada
		Precio de venta y poder adquisitivo	¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un postre?	Encuesta	Población segmentada
Conocer el proceso de producción de la repostería fina.	Comercialización	Competencia	¿Qué productos de repostería comercializa usted?	Entrevista	Productores y comercializadores de repostería
		Competencia	¿De los productos de repostería, cuál es el de mayor aceptación?	Entrevista	Productores y comercializadores de repostería
		Presentación del producto	¿En qué presentaciones comercializa los productos de repostería?	Entrevista	Productores y comercializadores de repostería
		Precio	¿Cuál es el precio promedio general de venta de los siguientes productos?	Entrevista	Productores y comercializadores de repostería
		Ventas-Oferta	¿Cuáles son sus ventas anuales de dichos productos?	Entrevista	Productores y comercializadores de repostería

Fuente: Investigación directa

Elaborado: Autora

3.3. Análisis del producto

3.3.1. Identificación del producto

Para determinar la variedad de productos de repostería que la empresa va a ofertar, se tomó en cuenta el criterio de los posibles consumidores, los mismos que tienen preferencia por consumir postres producidos a base de frutas y chocolatería, el tamaño del producto dependerá de la presentación que desee el consumidor y que se ajuste a sus necesidades.

Gráfico N° 3



Fuente: Investigación directa

Elaborado: Autora

Con la competencia y el mejoramiento de los procesos, se dará un valor agregado a los productos, enfocando ya no solo en un simple postre, sino utilizarlo como factor primordial para mantener una autoestima elevada de las personas. La repostería consiste principalmente en postres, chocolatería y tortas.

El proyecto que se describe en este estudio tiene por objeto introducir todos los productos de repostería, al mercado de la ciudad de Otavalo, donde confluyen comerciantes, consumidores locales y un turismo de compras creciente día tras día.

3.4. Segmento de mercado

Dentro del presente estudio del proyecto de factibilidad, la producción de la microempresa va direccionada hacia el consumo local de la ciudad de Otavalo, como principal fuente de consumo de los productos.

3.5. Identificación de la población

Considerando que la producción está dirigida hacia la población que no se encuentra dentro del rango de extrema pobreza de consumo; es decir la producción estará encaminada al segmento poblacional de un nivel económico medio altos, para lo cual se ha establecido los índices de la PEA urbana de la ciudad de Otavalo.

3.5.1. Cálculo de la muestra

Considerando que la población objeto de estudio es muy significativa se procedió a obtener una muestra:

$$n = \frac{Z^2 d^2 N}{\left| e \right|^2 \left| N - 1 \right| + Z^2 d^2}$$

La fórmula a utilizar es la siguiente:

$$n = \frac{Z^2 d^2 N}{\left| e \right|^2 \left| N - 1 \right| + Z^2 d^2}$$

Simbología:

N = Tamaño de la muestra

E = Error máximo admisible del tamaño de la muestra (0,05)

d = Varianza 0,25

Z = Nivel de Confianza

Datos:

$$N = 21.925$$

$$d^2 = 0,25$$

$$Z = 95\% \quad 1,96$$

$$N = \frac{(1,96)^2 \cdot 0,25 \cdot 21.925}{0,05 \cdot (21.925 - 1) + (1,96)^2 \cdot 0,25}$$

$$E = 5\%$$

$$N = 377$$

Después de aplicar la fórmula se obtuvo que se necesita 377 encuestas para aplicar a la PEA urbana de Otavalo.

3.6. Mercado meta

Los postres y chocolates, son productos elaborados por profesionales ecuatorianos, expertos en la realización de este tipo de productos de repostería, por lo que cumplen con las exigencias y necesidades de los consumidores.

El mercado meta es la PEA urbana de la ciudad de Otavalo, con una densidad poblacional de 21.925 personas que estarían en capacidad de adquirir es tipo de productos.

3.7. Análisis de la Demanda

Es difícil estimar el volumen de la demanda de la repostería, debido a su enorme variedad y resulta complicado diferenciar en las estadísticas aquellos productos hechos de forma manual, de los elaborados de forma industrial.

3.7.1. Naturaleza del consumidor

Los consumidores potenciales de la repostería son los habitantes de la zona urbana de la ciudad de Otavalo, destacándose que, tanto mujeres como hombres tienen preferencia por consumir este alimento.

3.7.2. Poder adquisitivo

El poder adquisitivo de las personas que adquieren productos de repostería, son de un nivel medio y medio alto, son personas que trabajan y que por lo general buscan productos de calidad, de acuerdo a sus exigencias; ya sea para algún compromiso social, reuniones de trabajo o familiares, o solamente para darse un gusto y que sobre todo ayudan a tener una alimentación equilibrada. Sin embargo, este producto está destinado a personas de cualquier estrato social puesto que sus precios son accesibles para todos los consumidores.

3.7.3. Frecuencia de consumo

Algunas personas están dispuestas y optan por consumir al menos un producto de manera semanal y quincenalmente, sin embargo existen otras personas que por motivos de hábitos de consumo, gustos y preferencias adquirirán este producto ya sea diario, mensual u ocasionalmente (cada tres meses).

3.7.4. Cantidad total de la demanda

Después de haber realizado un estudio general de las tendencias de aceptación del producto por parte de los consumidores locales se pudo determinar que los productos de repostería si tienen posibilidad de introducción en el mercado, de acuerdo a la pregunta Nro. 6 de la encuesta un 60% de los consumidores les gustaría adquirir este producto.

Para el cálculo de la demanda se tomó la población a la cual se dirige el proyecto que son los habitantes de la zona urbana de la ciudad de Otavalo y se multiplicó por el porcentaje de aceptación que se obtuvo en las encuestas, pregunta Nro. 6 de la siguiente manera:

Cálculo:

$\text{Demanda Actual} = \text{Población} * \% \text{ de aceptación}$

$\text{Demanda Actual} = 21.925 * 60\%$

Demanda Actual = 13.155 personas

3.7.4.1. Cantidad de productos demandados

Para conocer los productos que se van a demandar, se tomó en cuenta los datos recopilados en cuanto a la frecuencia que les gustaría comprar el producto a los posibles consumidores, de acuerdo a la pregunta Nro. 7 de la encuesta y se transformó todas las opciones de tiempo planteadas en la encuesta a días a fin de determinar la demanda diaria y finalmente esta cantidad demandada se multiplicó por los días que tiene un año para conocer la demanda de productos anual, calculando de la siguiente manera:

Datos:

Demanda año 2013 = 19.174 personas

Frecuencia de Consumo:

Diario	17%
Semanal	27%
Quincenal	36%
Mensual	14%
Ocasional (una vez cada tres meses)	6%

Cuadro N° 5

Frecuencia de consumo de productos	Cantidad de productos demandados (Demanda insatisfecha x % de frecuencia de consumo)	Cantidades de productos demandados diarios (Transformación de días)
Diario	2.236	2.236
Semanal	3.551	507
Quincenal	4.735	315
Mensual	1.841	61
Ocasional	789	8
Total de demanda diaria		3.127
Total de demanda mensual		93.810
Total de demanda anual		1.125.720

Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes de la ciudad de Otavalo

Elaborado: Autora

3.7.4.2. Distribución de la cantidad de productos demandados de acuerdo a la variedad de productos de repostería que los consumidores prefieren

Para conocer la cantidad de productos demandados de cada variedad de productos de repostería que va ofrecer la microempresa, se tomó en cuenta los dos porcentajes de preferencia más altos pregunta Nro. 2 de la encuesta, siendo de los resultados los postres y chocolates, los productos diferentes a estos que no tienen gran aceptación en el mercado, se distribuyó el porcentaje en los anteriormente mencionados de acuerdo al valor de proporcionalidad quedando de la siguiente manera: un 58% se inclinan por consumir postres, un 42% optan por adquirir chocolates, para lo cual la demanda total anual para el año 2014 se distribuye de la siguiente manera:

Cuadro N° 6

Variedad de productos	Cantidad de productos demandados
Postres	652.918
Chocolates	472.802
Total	1.125.720

Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes de la ciudad de Otavalo

Elaborado: Autora

3.7.5. Proyección de la demanda de productos

Para proyectar la demanda de productos se tomó en cuenta la demanda actual anual del 2014 y la tasa de crecimiento poblacional obtenida en el INEC y se obtuvo aplicando la siguiente fórmula:

$$Pp = Pb (1+i)^n$$

Pp= Población proporcional

Pb=población básica

i= Tasa de crecimiento poblacional (1,68% datos del INEC)

n= Número de años

Cálculos:

➤ **Año 2015**

$$Pp = 1.125.720 (1+0,0168)^1$$

$$Pp = 1.144.632$$

➤ **Año 2016**

$$Pp = 1.125.720 (1+0,0168)^2$$

$$Pp = 1.163.861$$

➤ **Año 2017**

$$Pp = 1.125.720 (1+0,0168)^3$$

Pp= 1.183.414

➤ **Año 2018**

Pp= 1.125.729 (1+0,0168)⁴

Pp= 1.203.296

Después de haber realizado los respectivos cálculos, se pudo obtener la siguiente tabla de proyección de la demanda:

Cuadro N° 7

Años	Demanda proyectada Productos
2014	1.125.720
2015	1.144.632
2016	1.163.861
2017	1.183.414
2018	1.203.296

Fuente: Investigación directa

Elaborado: Autora

3.7.6. Proyección Demanda Postres

Para determinar la proyección de la demanda de postres, se multiplicó la cantidad total demandada en cada año por el porcentaje de preferencia de consumo en este caso el 58%, pregunta N° 2 de la encuesta a los consumidores.

Cuadro N° 8

Años	Demanda proyectada Productos
2014	652.917
2015	663.886
2016	675.039
2017	686.380
2018	697.911

Fuente: Investigación directa

Elaborado: Autora

3.7.7. Proyección Demanda Chocolates

Para fijar la proyección de la demanda de chocolates, se toma en cuenta la cantidad total demandada en cada año y se multiplicó por el porcentaje de aceptación de este producto, el cual fue el 42%, pregunta N° 2 de la encuesta a los consumidores.

Cuadro N° 19

Años	Demanda proyectada Productos
2014	472.802
2015	480.745
2016	488.821
2017	497.033
2018	505.384

Fuente: Investigación directa
Elaborado: Autora

3.8. Análisis de la Oferta

3.8.1. Competencia actual

En la ciudad de Otavalo actualmente no existe una microempresa que se dedique exclusivamente a la producción de repostería fina, sin embargo se ofrecen productos que son elaborados en las distintas microempresas que se dedican a la producción de panadería y pastelería.

De acuerdo a la encuesta realizada en las 8 microempresas más representativas de la ciudad, en la pregunta Nro. 1 de la encuesta, se distribuyen principalmente dos productos de repostería como son postres y chocolates, de las cuales se considera que los productos de mayor aceptación por parte de los consumidores son los postres y chocolates.

3.8.2. Cantidad Total de la Oferta

Mediante la pregunta N° 5 de la encuesta realizada a los 8 productores y comercializadores de repostería más representativos de la ciudad de

Otavalo, acerca de las ventas anuales que realizan, se determinó la cantidad ofertada de los dos tipos de productos que se pretende comercializar: Postres y Chocolates en el año 2014.

Cuadro N° 10

Variedad de productos	Cantidad ofertada Productos	Porcentaje equivalente
Postres	220.385	54%
Chocolates	187.735	46%
Total	408.120	100%

Fuente: Entrevista realizada a productores y comercializadores de repostería de la ciudad de Otavalo
Elaborado: Autora

3.8.3. Proyección de la oferta

Para proyectar la oferta se tomó en cuenta la oferta actual del año 2014, de acuerdo a la pregunta Nro. 4 de la encuesta y la tasa de crecimiento poblacional obtenida en el INEC y se obtuvo aplicando la siguiente fórmula:

$$P_p = P_b(1+i)^n$$

P_p= Población proporcional

P_b= Población básica

i= Tasa de crecimiento poblacional (1,68%)

n= Número de años

Cálculos:

➤ **Año 2015**

$$P_p = 408.120 (1+0,0168)^1$$

$$P_p = 414.976$$

➤ **Año 2016**

$$Pp = 408.120 (1+0,0168)^2$$

$$Pp = 421.948$$

➤ **Año 2017**

$$Pp = 408.120 (1+0,0168)^3$$

$$Pp = 429.036$$

➤ **Año 2018**

$$Pp = 408.120 (1+0,0168)^4$$

$$Pp = 436.244$$

Después de haber realizado los respectivos cálculos, se pudo obtener la siguiente tabla de proyección de la oferta:

Cuadro N° 11

Años	Oferta proyectada Productos
2014	408.120
2015	414.976
2016	421.948
2017	429.036
2018	436.244

Fuente: Investigación directa

Elaborado: Autora

3.8.5. Proyección Oferta Postres

Se consideró la cantidad total ofertada en cada año y se multiplicó por el porcentaje equivalente a la oferta de postres, el cual es del 54%, pregunta Nro. 5 de la encuesta a los productores y comercializadores de la ciudad.

Cuadro N° 12

Años	Oferta proyectada Productos
2014	220.384
2015	224.087
2016	227.851
2017	231.679
2018	235.571

Fuente: Investigación directa

Elaborado: Autora

3.8.6. Proyección Oferta Chocolates

Para proyectar la oferta de chocolates, se multiplicó la cantidad total ofertada en cada año por el porcentaje equivalente a su oferta el cual es el 46% pregunta Nro. 5 de la entrevista a los productores y comercializadores de la ciudad y se multiplicó por la cantidad total ofertada en cada año.

Cuadro N° 13

Años	Oferta proyectada Productos
2014	187.735
2015	190.888
2016	194.096
2017	197.356
2018	200.672

Fuente: Investigación directa

Elaborado: Autora

3.9. Balance Oferta - Demanda

Tomando en cuenta la demanda y la oferta proyectada se obtiene la siguiente información.

3.9.1. Postres

Cuadro N° 14

Años	Demanda proyectada	Oferta proyectada	Demanda potencial
2014	652.917	220.384	432.533
2015	663.886	224.087	439.799
2016	675.039	227.851	447.188
2017	686.380	231.679	454.701
2018	697.911	235.571	462.340

Fuente: Investigación directa

Elaborado: Autora

3.9.2. Chocolates

Cuadro N° 15

Años	Demanda proyectada	Oferta proyectada	Demanda potencial
2014	472.802	187.735	285.067
2015	480.745	190.888	289.857
2016	488.821	194.096	294.725
2017	497.033	197.356	299.667
2018	505.384	200.672	304.712

Fuente: Investigación directa

Elaborado: Autora

3.10. Participación en el proyecto

De acuerdo a la capacidad que tendrá la empresa se aspira cubrir el 6% de la demanda insatisfecha en el primer año; en el segundo año se aspira incrementar al 8% que significa que consuman diferente número de productos como sea su preferencia; finalmente el 10% se mantendrá en el tercero, cuarto, y quinto año con distintas frecuencias de consumo de acuerdo a los hábitos de consumo de cada persona.

3.10.1. Postres

Cuadro Nº 16

Años	Demanda potencial	Demanda potencial a satisfacer
2014	432.533	25.951
2015	439.799	35.183
2016	447.188	44.718
2017	454.701	45.470
2018	462.340	46.234

Fuente: Investigación directa

Elaborado: Autora

3.10.2. Chocolates

Cuadro Nº 17

Años	Demanda potencial	Demanda potencial a satisfacer
2014	285.067	17.104
2015	289.857	23.188
2016	294.725	29.472
2017	299.667	29.966
2018	304.712	30.471

Fuente: Investigación directa

Elaborado: Autora

3.11. Precios

3.11.1. Precios existentes en el mercado

Los precios de los productos de repostería varían en pequeñas cantidades dependiendo del tipo de producto, de la presentación y del tamaño.

Para conocer el precio promedio al que los competidores distribuyen a los consumidores los diferentes productos de repostería que va a ofrecer la empresa, se tomó como referencia la pregunta Nro. 4 de la encuesta realizada a los comercializadores.

A este precio los productores y comercializadores incrementan aproximadamente un 12% de ganancia para la venta al público.

Cuadro N° 18

Variedad de productos que oferta la competencia	Precio promedio
Postres	1,25
Chocolates	0,75

Fuente: Investigación directa

Elaborado: Autora

3.11.2. Fijación de precios

La microempresa fijará sus precios tomando en cuenta factores internos y externos, para lo cual se empleará dos métodos: En función al costo total de producción (Factores Internos) y en función de la competencia (Factores Externos). La finalidad que tiene la microempresa es tener un beneficio económico teniendo una participación máxima en el mercado.

3.11.2.1. Fijación de precio en base a los Costos totales

Este método se va a emplear a fin de recuperar los costos de producción materia prima, mano de obra, gastos indirectos de fabricación y demás gastos incurridos en la producción, a esto se añade el porcentaje de utilidad que se va obtener en este caso el 21% el primer año negociable en el mercado dependiendo de los volúmenes de compra, para los siguientes cuatro años se espera crecer aproximadamente en un 30%, 37%, 39% y 41% respectivamente, de esta manera se distribuyen a los diferentes lugares de venta como son supermercados y micro-mercados, los mismos que al precio comercial le aumentan el 12% de utilidad para fijar el precio de venta al público.

3.11.2.2. Fijación del precio teniendo en cuenta a la competencia

Tomando en consideración que el producto a ofertar tiene competencia, aparte de recuperar los costos y brindar un alimento de calidad, se pretende fijar un precio por debajo del nivel competitivo, a fin de trabajar utilizando el principio de márgenes bajos y gran rotación de productos, atrayendo a los consumidores y brindándoles productos de mayor accesibilidad, aplicando la política de penetración que requiere precios bajos y grandes volúmenes.

3.11.3. Precio de los productos ofertados por la microempresa

De acuerdo a los métodos de fijación de precios que se va emplear en la microempresa recuperando los costos y obteniendo una ganancia, se estima que en el caso de los postres se disminuirá aproximadamente el 20% del precio de la competencia; y en el caso de los chocolates se aumentará el 33% a fin de que sea un producto accesible para los consumidores.

El precio de un producto de repostería que se pondrá a disposición a los habitantes de la ciudad de Otavalo de acuerdo a sus diferentes variedades es el siguiente:

Cuadro N° 19

Variedad de productos de va a ofertar la microempresa	Precio de la microempresa
Postres	\$ 1,00
Chocolates	\$ 1,00

Fuente: Investigación directa
Elaborado: Autora

3.12. Proveedores

Por facilidad de administración y a fin de disponer de materia prima todo el tiempo, se trabajará con tres proveedores que disponen de materia prima local y nacional en los volúmenes necesarios para producir en la microempresa, tienen predisposición y capacidad de comercializar sus

productos a un precio promedio estable durante todo el año en el caso de las frutas, harinas y colorantes.

- Las harinas, azúcar y otros tipos de materia prima similares, serán proveídos por la empresa PRO-DISPRO que realizan las distribuciones de este tipo de productos en la ciudad.
- Las frutas serán proveídas por el Sr. Luis Imbago propietario de un local dedicado al expendido de las mismas, ubicado en las calles 31 de Octubre y Cristóbal Colón N° 9-16.
- Los colorantes y saborizantes serán proveídos por el Sr. Fernando Maldonado, fabricante de estas materias primas, el mismo que reside en la ciudad de Otavalo.

Posteriormente se aspira incrementar la producción de la microempresa con otros productos, de esta manera la microempresa puede proveerse de materia prima en grandes cantidades en temporada de precios bajos, ayudando a los proveedores de frutas con la sobre producción y al consumidor, puesto que el precio de los productos se mantiene constante en cualquier temporada.

3.13. Canales de distribución

Se considera que los productos de repostería que se va a ofrecer al mercado, se va a distribuir principalmente de manera directa y si lo requieren, también se lo hará a los 8 lugares de comercialización de repostería de la ciudad de Otavalo, a los cuales se les realizó la entrevista debido a que son los lugares en que una parte de la población adquieren sus productos.

3.14. Estrategias de mercadeo

A fin de dar a conocer los productos que elabora la microempresa se aplicará estrategias de mercadeo que con el tiempo, permita posesionar

el producto en el mercado como un producto de calidad, fácil acceso, nutritivo y garantizado.

Las estrategias de mercadeo que adoptará la microempresa consiste en el análisis de las cuatro P las cuales son: producto, precio, plaza y promoción las mismas que contribuyen a la adecuada comercialización de los productos de repostería.

Es importante dar a conocer que la maquinaria que se adquiere para fabricar los productos, es maquinaria que puede ser empleada para preparar cualquier producto de repostería, lo que da una ventaja a la microempresa con el tiempo de ampliar sus mercados y productos brindando variedad de productos de repostería.

3.14.1. Estrategias del producto

- Lograr dar a conocer y posicionar el producto identificando la calidad, características y diseño del mismo.
- Dar mayor cantidad de producto en relación a la competencia.
- Resaltar los beneficios nutricionales que posee el producto a fin de que las personas conozcan su gran valor alimenticio.
- Realizar una adecuada presentación del producto a fin de poder transportarlo con facilidad y de esta manera comercializarlo.
- Realizar una etiqueta llamativa a fin de que atraiga al consumidor.

3.14.2. Estrategias de precios

Existen diferentes estrategias de precios que la empresa aplicará, promoviendo y motivando a la compra de los alimentos de repostería, entre ellos se encuentran:

- Descuentos por cantidad: reducciones en los precios de la lista que los vendedores ofrecen a los clientes, motivarán a comprar grandes

cantidades del producto o a rechazar a los vendedores de la competencia.

- Descuentos estacionales. Son aquellos que se conceden a un cliente que hace un pedido durante la estación en que bajan las ventas. Los pedidos fuera de estación permiten que el fabricante utilice mejor sus instalaciones.
- Comprar la materia prima en el caso de las frutas al precio más bajo que dan en el año y almacenarla en las bodegas, a fin de disponer de materia prima todo el año a un precio bajo, de esta manera se ayuda al productor comprando la sobreproducción y al consumidor ya que el precio de los productos se mantiene fijo durante todo el año, no existe variación de precios por temporada como sucede con otros productos, que en ciertos meses existe sobre precio.
- Establecer un programa de premios a los mayores compradores.
- Dar un 20% de descuento frente a la competencia a fin de que el consumidor final se sienta atraído para comprar el producto y se pueda penetrar inmediatamente en el mercado masivo con volumen de ventas y participación alta en el mercado.
- Realizar un análisis permanente de los precios de la competencia.

3.14.3. Estrategias de plaza

- Entrega inmediata de los productos, la política de la microempresa debe ser tener los pedidos a tiempo.
- Venta a través de intermediarios los cuales serán los otros productores de repostería.

- En el caso de que los supermercados y comisariatos desean adquirir los productos realizarán sus pedidos mediante vía telefónica y, se ejecutará la entrega de la mercadería en el menor tiempo posible.

3.14.4. Estrategias de promoción

- Colocar un letrero con colores e imágenes que llamen la atención de los consumidores.
- Promover el consumo de productos de repostería destacando su importancia y valores nutricionales, esto se lo puede hacer a través de presentaciones en radio y hojas volantes.
- En cada una de las presentaciones se promocionará pequeñas recetas de las diferentes formas de consumir los productos de repostería.
- Su conservación y transporte se lo realizará bajo estricto control de calidad.
- La empresa realizará diferentes promociones en donde por cada pack de promoción, se realizará un descuento incentivando al consumidor adquirir el combo completo.
- Participación en las ferias gastronómicas que se realicen en la ciudad, con el fin de dar a conocer los productos de repostería industrializados, indicando que es un producto que no utiliza químicos, para lo cual se debe emplear un sistema de degustación.
- Participar con degustaciones del producto en supermercados y micro-mercados.

3.15. Conclusiones del estudio

- La empresa va empezar fabricando los productos de repostería de mayor preferencia y aceptación de los consumidores, como son los postres y chocolates.

- La empresa inicialmente ofrecerá tamaños de presentación pequeños y medianos, que se ajusta a las necesidades de la mayoría de personas.
- Los productos de repostería que se van a ofrecer tienen gran aceptación en el mercado y son productos accesibles para todas las personas, debido a que sus precios son menores en relación a la competencia.
- La demanda potencial que tiene la empresa de productos de repostería, son los habitantes de la zona urbana de la ciudad de Otavalo, principalmente por el género femenino.
- En la ciudad de Otavalo no existe una empresa que se dedique exclusivamente a la producción de repostería fina, sin embargo, si existe oferta de estos productos fabricados en los diferentes locales de panadería y pastelería, los mismos que no satisfacen completamente las necesidades de los consumidores.
- El precio de las distintas variedades de productos, se fijará de acuerdo a los costos y gastos incurridos en la fabricación del producto, añadiendo un porcentaje de utilidad y en función de la competencia y del poder adquisitivo de los consumidores.
- La empresa distribuirá sus productos principalmente de manera directa y también se lo realizará en los lugares de comercialización de repostería, que son lugares más visitados por los consumidores para adquirir sus productos de repostería.
- Se ha concluido que la creación de una microempresa de repostería fina en la ciudad de Otavalo, es factible por qué existe una demanda insatisfecha que se quiere cubrir brindando un alimento de calidad, que dé la oportunidad a los consumidores de tener una alimentación nutritiva, equilibrada y garantizada.

- El proyecto se enfoca a cubrir el 6% de la demanda insatisfecha en el primer año, incrementándose en un 8% en el segundo año y finalmente el 10% en el tercero, cuarto, quinto año.

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO

4.1. Tamaño del proyecto

Para determinar el tamaño de la nueva empresa productora y comercializadora de repostería fina, se tomó en consideración los siguientes factores, que son de gran importancia dentro del desarrollo de este estudio de factibilidad, considerando un incremento de la adquisición del producto en la ciudad de Otavalo.

4.2. Mercado

La demanda de la repostería en la ciudad de Otavalo, presenta un camino viable para la creación de la microempresa, el mercado es atractivo de acuerdo a la información que se obtuvo en la investigación de campo realizada se determinó que el 60% de la población urbana de la ciudad de Otavalo, está dispuesta a realizar adquisiciones de este tipo de productos de repostería, lo que demuestra que los tienen aceptación por parte de los futuros consumidores.

4.3. Disponibilidad de recursos financieros

La disponibilidad de los recursos financieros se encuentra dentro de los parámetros aceptables, puesto que la inversión total se lo realizará con recursos propios, y un préstamo bancario.

Se busca la alternativa financiera más conveniente para el proyecto, analizando de forma minuciosa las tasas de interés, los plazos y la oportunidad del mercado financiero nacional.

4.4. Disponibilidad de mano de obra

En lo referente a la mano de obra, este estudio determina que para el desarrollo efectivo de la nueva unidad productiva se requiere del personal especializado, que tenga conocimientos sobre la producción de repostería, administración y conocimientos contables.

4.5. Disponibilidad de materia prima

En lo referente a la materia prima e insumos es importante adquirir la cantidad óptima que se necesitará en la producción, para ofrecer al cliente la seguridad de un abastecimiento regular del producto como mantener la homogeneidad del producto en cuanto a la calidad de la materia prima.

Los principales proveedores de la empresa se encuentran ubicados en la ciudad de Ibarra, siendo esta una ventaja para la microempresa, debido a la distancia y el tiempo para la provisión de materia prima como de los costos de transporte.

4.6. Localización del proyecto

Para determinar la localización del proyecto, se realizó un análisis de macro y micro localización a través de métodos cuantitativos y cualitativos; con la finalidad de escoger la opción de mayor conveniencia estratégica que contribuya a la obtención de una mayor rentabilidad sobre la inversión a realizarse además debe contribuir a la optimización y la minimización de los costos de producción.

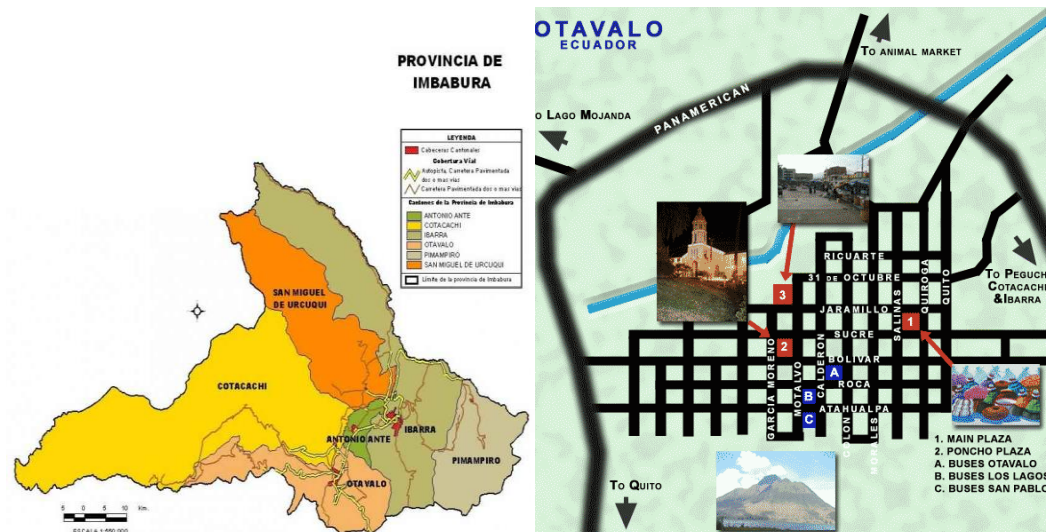
4.6.1. Macro localización

En la producción y comercialización de repostería se debe considerar el lugar donde se va a desarrollar este proyecto de carácter productivo; tomando en consideración todos y cada uno de los medios que permitan un adecuado funcionamiento de la planta productiva.

4.6.2. Mapa de macro localización

Gráfico N° 4

Mapa político de la ciudad de Otavalo



Fuente: GAD Otavalo

Elaborado: Autora

Dentro del análisis de macro-localización de la microempresa se ha considerado ubicarle en la provincia de Imbabura, específicamente en la ciudad de Otavalo, por cuanto presenta condiciones favorables para iniciar esta actividad productiva, con sus límites: al norte con los cantones Cotacachi, Antonio Ante e Ibarra; al sur limita con el cantón Quito (Pichincha); al este con los cantones Ibarra y Cayambe (Pichincha) y al oeste con los cantones Quito y Cotacachi.

Se consideró a esta ciudad, por la afluencia del turismo de compras, como también por su cultura.

Gráfico N° 5

Mapa de ubicación de la ciudad de Otavalo



Fuente: GAD Otavalo

Elaborado: Autora

4.6.3. Micro localización

Para la realización de este proyecto se ha considerado ubicar la microempresa, en un local ubicado en el centro de la ciudad, en las calles Salinas y Sucre. Para el establecimiento de lo antes mencionado se ha tomado en consideración los siguientes puntos:

4.6.4. Costos y medios de transporte

El transporte que existe en la zona es variado y sus costos son económicos, para el transporte de la materia prima, tomando en consideración que las distancias entre un punto y otro no son muy distantes.

4.6.5. Costos y disponibilidad de mano de obra

La mano de obra con la se contará va a ser directa e indirecta, y su remuneración será en base a las leyes establecidas en nuestro país.

4.6.6. Infraestructura

La infraestructura es nueva, cuenta con los servicios básicos indispensables para empezar con el proceso de producción de repostería.

4.6.7. Cercanía al mercado

La planta está ubicada cerca del mercado meta conforme el estudio de mercado, por lo que la distribución del producto será en el mismo lugar.

4.6.8. Ambiente

La ciudad de Otavalo cuenta con un clima templado, apto para la producción de repostería como de su almacenamiento.

4.6.9. Planos de la micro-localización

El local en mención se encuentra ubicado en la ciudad de Otavalo, como se puede observar en el siguiente gráfico.

Gráfico N° 6

Ubicación geográfica de la microempresa



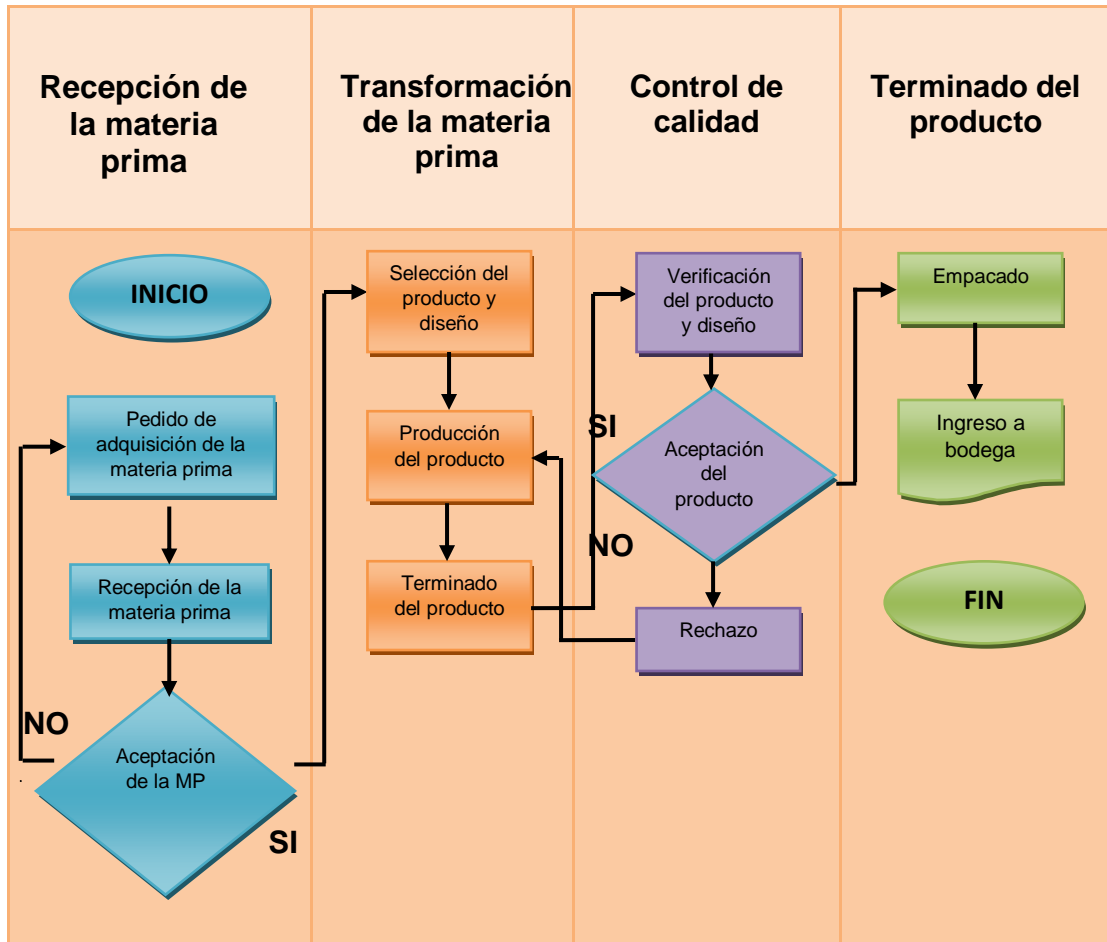
Fuente: GAD Otavalo

Elaborado: Autora

4.7. Ingeniería del proyecto

Gráfico Nº 7

Flujo grama de producción



Fuente: Investigación directa
Elaborado: Autora

4.7.1. Proceso de producción de la repostería

➤ Recepción y almacenamiento de materia prima

Se reciben las materias primas y se almacenan, conservándose en sus propios envases o contenedores hasta el momento de su utilización y procurando mantenerlas en lugares frescos y poco húmedos. Los productos como mantequilla, leche y huevos se deben refrigerar en cámaras apropiadas o incluso congeladores en algunos casos.

Las materias primas que se reciben son: mantequilla, azúcar, huevos, harina, leche, saborizantes, agentes leudantes, crema y fruta.

➤ **Transporte al área de mezclado**

Las materias primas requeridas (en cantidad) se transportan por medio de plataformas rodantes al área de mezclado o a las mesas de trabajos, según sea el caso.

➤ **Cremado de la mantequilla**

La mantequilla se deposita en una máquina batidora en donde se bate a una velocidad de aproximadamente 590 rpm, de 5 a 10 minutos. La mantequilla tiene un corto periodo de plasticidad, por lo que es necesario trabajar con este ingrediente a una temperatura de entre 18 y 21° C.; de esta manera se aprovechan mejor las propiedades de cremado (incorporación de aire) de la mantequilla.

➤ **Adición de azúcar**

Se agrega la azúcar y se mezcla a una velocidad de 140 rpm por un tiempo de 2 a 4 minutos, a una temperatura (que se mantendrá hasta el final del proceso de mezclado) de 21 a 23°C.

➤ **Adición de huevo**

Se agregan los huevos y se mezcla de 285 rpm por un tiempo de 2 a 4 minutos.

➤ **Adición de harina y leche**

Se agrega la harina y en seguida la leche, mezclándolos a 140 rpm durante 5 minutos.

➤ **Adición de saborizantes, agente leudante y fruta**

Se agregan saborizantes, agente leudante, fruta picada y se mezclan a 285 rpm durante un tiempo de 2 a 4 minutos.

➤ **Engrasado de moldes**

Paralelamente al mezclado se realiza el engrasado de los moldes en donde se verterá la masa; éste se hará con mantequilla, margarina o

manteca para evitar que el producto se pegue al molde. Se recomienda que los moldes sean de acero inoxidable para facilitar su limpieza. Este engrasado se efectúa en una mesa de trabajo.

➤ **Transporte al área de mezcla**

Los moldes ya engrasados se transportan manualmente o por medio de carros a la máquina batidora que contiene la mezcla de ingredientes.

➤ **Vaciado de mezcla en moldes**

La mezcla contenida en la batidora se vierte en los moldes engrasados; el vertido se realiza por gravedad y, una vez que el molde contiene la mezcla, se elimina el exceso de ésta para que la superficie quede uniforme.

➤ **Transporte a horno**

Los moldes con mezcla se transportan manualmente o por medio de carro al horno.

➤ **Horneado**

La mezcla se deja hornear a una temperatura promedio de 350° C durante 30 minutos aproximadamente.

En esta parte del proceso de elaboración del producto, el calor transforma la mezcla en un producto ligero, poroso, fácilmente digerible y de sabor agradable, a causa de una serie de reacciones debidas a la temperatura. Estas ocurren en una secuencia propia y se deben realizar en condiciones controladas. El tiempo y la temperatura del horneado, así como la humedad relativa del aire existente dentro del horno, son factores que deben ser cuidadosamente vigilados, para que esta etapa del proceso de elaboración, se realice exitosamente.

➤ **Transporte a mesa de trabajo**

Al terminar de hornear el producto, se transporta manualmente por medio de charolas a la mesa de trabajo.

➤ **Preparación de la cubierta**

Paralelamente se prepara la cubierta del producto a base de ingredientes que dependerán del sabor y tipo de producto deseado, pudiéndose usar merengue y crema dulce, entre otros.

➤ **Decorado**

Esta actividad consiste en poner la cubierta, previamente preparada, al producto. También incluye adornar el producto con trozos de frutas, figuras de azúcar y otros.

➤ **Transporte a refrigeración**

Los productos terminados se transportan por medio de carros empujados manualmente a una cámara de refrigeración.

➤ **Almacenamiento**

El producto terminado se almacena en una cámara de refrigeración. Se debe tener cuidado de no almacenar el producto terminado durante más de 4 días.

4.8. Tecnología

“BRIGGIT Dulces & Dulces”, con el único objetivo de ofrecer un producto de altísima calidad va a emplear maquinaria y herramientas manuales de última tecnología, que ofrecen los diferentes proveedores. Existen máquinas de ayuda para la elaboración de los productos, para medir cantidades exactas, que facilitarán la elaboración de los productos y ayudarán en la buena marcha del negocio como, por ejemplo: cámaras de fermentación controlada para tener un buen producto, cámaras frigoríficas para conservarlos y algunas maquinarias más, con las que los productos que se ofrecen sean de buena calidad y de acuerdo a las exigencias de los clientes y consumidores. A continuación se ilustran:

Gráfico N° 8

Hornos



Fuente: Investigación de campo
Elaborado: Autora

Gráfico N° 9

Batidora



Fuente: Investigación de campo
Elaborado: Autora

Gráfico N° 10
Rack espiguero



Fuente: Investigación de campo

Elaborado: Autora

Gráfico N° 11
Cortadora y cilindradora



Fuente: Investigación de campo

Elaborado: Autora

Gráfico N° 12

Termómetro chocolate



Fuente: Investigación de campo
Elaborado: Autora

Gráfico N° 13

Utensilios para repostería



Fuente: Investigación de campo
Elaborado: Autora

Gráfico N° 14

Estribo



Fuente: Investigación de campo
Elaborado: Autora

Gráfico N° 15
Ampliable cortador de masa



Fuente: Investigación de campo
Elaborado: Autora

Gráfico N° 16
Espátulas y paletas



Fuente: Investigación de campo
Elaborado: Autora

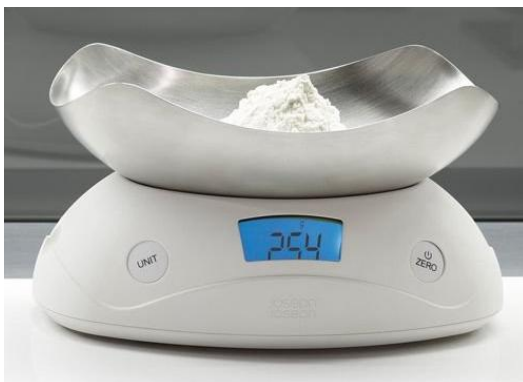
Gráfico N° 17
Rodillo cortador de croissant



Fuente: Investigación de campo
Elaborado: Autora

Gráfico N° 18

Balanza



Fuente: Investigación de campo
Elaborado: Autora

Gráfico N° 19

Refrigerador



Fuente: Investigación de campo
Elaborado: Autora

4.9. Obras civiles

4.9.1. Diseño de instalación de la planta

El diseño de la planta productora va acorde con los procesos para la producción y comercialización de la repostería, determinando áreas de almacenamiento de materia prima, producción, bodega, exhibición y comercialización de los productos elaborados.

Para la instalación de la planta y áreas de almacenamiento, administración, ventas se tomará en cuenta los siguientes aspectos:

- a.** El área de producción debe estar bien iluminada y con suficiente ventilación, con la finalidad de tener un ambiente agradable para las labores de producción.
- b.** Las oficinas se instalarán en un lugar estratégico donde pueda tener la suficiente visibilidad y supervisión de las diferentes áreas de producción, como también un acceso directo del cliente a la sala de exhibición y ventas.
- c.** Las instalaciones tanto de la planta como de la administración deberán tener una apariencia ordenada y bien distribuida, con la finalidad de brindar las comodidades necesarias a los empleados, trabajadores y en especial a los visitantes de nuestras instalaciones.
- d.** La presentación externa e internamente de la planta, será la que nos permita establecer una imagen que perdure en la retina de los consumidores de la ciudad.

4.10. Presupuesto técnico

4.10.1. Inversiones Fijas

Las inversiones fijas son: la infraestructura, maquinaria, instalaciones y montaje de los equipos a utilizar en los procesos de producción.

4.10.1.1. Local comercial

Para la realización del actual proyecto se realizará la compra de un local, en el que ya existe la construcción de la infraestructura adecuada para la producción de la repostería, el mismo que cuenta con un área de construcción de 131,33 m²; cuyo valor comercial es de \$ 95,00 cada metro cuadrado de construcción, es decir, \$ 12.476,35.

Adicionalmente, se realizará una remodelación de la infraestructura del local, en la cual todos los trabajadores, se sientan a gusto en su lugar de trabajo. Esto hará también, que los productos sean realizados de acuerdo a las exigencias de los clientes y consumidores. Esta remodelación tendrá un costo total de \$ 2.000; la misma que será adicionada al total del valor del local comercial.

Cuadro Nº 20

Descripción	Total
Local comercial	\$ 12.476,35
Remodelación de la infraestructura	\$ 2.000,00
Total	14.476,35

Fuente: Investigación directa

Elaborado: Autora

4.10.1.2. Muebles y enseres

Cuadro Nº 21

Descripción	Cantidad	Precio	Total
Mesas de trabajo	2	\$ 400,00	\$ 800,00
Escritorio	2	\$ 80,00	\$ 160,00
Archivador	2	\$ 90,00	\$ 180,00
Silla giratoria	2	\$ 40,00	\$ 80,00
Kit de mesas para usuarios	2	\$ 200,00	\$ 400,00
Vitrinas	2	\$ 1.300,00	\$ 1.600,00
TOTAL			\$ 3.220,00

Fuente: Investigación directa

Elaborado: Autora

4.10.1.3. Equipo de computación

Para el buen funcionamiento de la microempresa, se aportará como inversión propia un kit de equipo de computación en \$ 1.000,00.

4.10.1.4. Equipo de oficina

Cuadro Nº 22

Descripción	Cantidad	Precio	Total
Teléfono – Fax	1	\$100,00	\$100,00
Calculadora	2	\$9,00	\$18,00
Papel bond	15 Resmas	\$2,80	\$42,00
Tinta de impresora	2 kit	\$20,00	\$40,00
Grapadora	2	\$2,50	\$5,00
Perforadora	2	\$2,50	\$5,00
Carpetas archivadoras	12	\$2,50	\$30,00
Esfero gráfico	1 Caja	\$2,50	\$2,50
Sellos	2	\$10,00	\$20,00
TOTAL			\$ 262,50

Fuente: Investigación directa

Elaborado: Autora

4.10.1.5. Maquinaria

Cuadro Nº 23

Descripción	Cantidad	Precio	Total
Horno de gas	1	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00
Batidora-Amasadora	1	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00
Rack espiguero	1	\$ 350,00	\$ 350,00
Cortadora-cilindradora	1	\$ 3.100,00	\$ 3.100,00
Termómetro chocolate	1	\$ 90,00	\$ 90,00
Cortador para galletas	1	\$ 45,00	\$ 45,00
Kit de utensilios	1	\$ 60,00	\$ 60,00
Kit de espátulas y paletas	1	\$ 80,00	\$ 80,00
Rodillo cortador	1	\$ 170,00	\$ 170,00
Balanza electrónica	1	\$ 115,00	\$ 115,00
Refrigerador	2	\$ 800,00	\$ 1.600,00
TOTAL			\$ 23.610,00

Fuente: Investigación directa

Elaborado: Autora

4.10.1.6. Inversión fija del proyecto

Cuadro Nº 24

Descripción	Valor total
Infraestructura	\$ 14.476,35
Muebles y enseres	\$ 3.220,00
Equipo de computación	\$ 1.000,00
Equipo de oficina	\$ 262,50
Maquinaria	\$ 23.610,00
TOTAL	\$ 42.568,85

Fuente: Investigación directa

Elaborado: Autora

4.10.2. Inversiones diferidas

Se estima los rubros de permisos de funcionamiento para la puesta en marcha de la microempresa, registros sanitarios y trámites legales para la creación de la misma.

Cuadro N° 25

Concepto	Valor
Gastos de constitución	
Permiso de funcionamiento	\$ 100,00
Registro sanitario	\$1.500,00
Licencia ambiental	\$50,00
Otros registros	\$100,00
Total	\$1.750,00

Fuente: Ing. Fernando Valdivieso dependiente de la Dirección Provincial de Salud de Imbabura

Elaborado: Autora

4.10.3. Capital de trabajo

La empresa de repostería fina mantendrá un capital de operación mensual en base a los siguientes rubros:

Cuadro N° 26

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Materia Prima Directa			
Mantequilla	12 kilos	1,80	21,60
Azúcar	3 quintales	42,00	126,00
Huevos	20 cubetas	3,10	62,00
Harina	3 quintales	42,00	126,00
Leche	50 litros	0,40	20,00
Saborizantes	10 kilos	25	250,00
Colorantes	10 kilos	25	250,00
Agentes leudantes	5 kilos	1,50	7,50
Crema	3 galones	23,00	69,00
Fruta	100 kilos	1,50	105,00
Total			1.082,10
Mano de Obra Directa			540,00
Remuneración chef de la planta	1,5	340,00	540,00
Total			1.622,10
Costos Indirectos de Fabricación			
Materia Prima Indirecta			
Agua (m ³)	20	0,35	7
Etiquetas (u)	1124	0,05	56,20
Diesel (galones)	260	1,03	267,80
Total Materia Prima Indirecta			331,00
Mano de Obra Indirecta			
Jefe de producción, etiquetado	0,5	400,00	200,00
Total Mano de Obra Indirecta			200,00
Otros Costos Indirectos de Fabricación			
Servicios Básicos		50,00	50,00
Total Otros Costos de Fabricación			50,00
Gastos Administrativos			
Remuneración Gerente	1	450,00	450,00
Remuneración Contadora	1	340,00	340,00
Servicios básicos		26,00	26,00
Total Gastos Administrativos			816,00
Gastos de Ventas			
Remuneración Vendedor	1	340,00	340,00
Publicidad		60	60
Total Gastos de Ventas			400,00
Total Mensual			3.419,10
Total Anual			41.029,20

Fuente: Investigación directa

Elaborado: Autora

Nota Explicativa: En la planta se contará con un chef permanente, pertenece a mano de obra directa y un chef y repartirá la mitad de su tiempo a realizar trabajos directos y la otra mitad a trabajos indirectos como son empaque y almacenamiento, por tal motivo se calculó la mitad de la remuneración de este trabajador como mano de obra directa y la otra mitad como mano de obra indirecta.

4.10.4. Inversión Total del Proyecto

La inversión total del proyecto asciende a \$ 47.737,95 la misma que será cubierta el 60% por la propietaria y 40% un préstamo bancario.

Cuadro Nº 27

Detalle	Total
Activos Fijos	\$ 42.568,85
Gastos de constitución	\$ 1.750,00
Capital de trabajo	\$ 3.419,10
Total	\$ 47.737,95

Fuente: Investigación directa

Elaborado: Autora

4.10.5. Financiamiento

La inversión total del proyecto es de \$ 47.737,95 para lo cual se solicitará un préstamo a la Corporación Financiera Nacional por un monto de \$ 19.095,18 que corresponde al 40% de la inversión total de modo que permitirá iniciar con normalidad todas las operaciones de la microempresa de productos de repostería fina.

Cuadro Nº 28

Descripción	Valor	%
Capital Propio	\$ 28,642,77	60%
Capital Financiado	\$ 19.095,18	40%
Total	\$ 47.737,95	100%

Fuente: Investigación directa

Elaborado: Autora

4.10.6. Talento Humano

El talento humano necesario para la puesta en marcha de la nueva actividad productiva y comercial se detalla en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 29

Nº Personas	Descripción	Sueldos y salarios
	Área Administrativa	
1	Gerente	\$ 450,00
1	Contador	\$ 340,00
	Área de Producción	
1	Chef	\$ 340,00
1	Jefe de producción	\$ 400,00
	Área de Ventas	
1	Vendedor	\$ 340,00

Fuente: Investigación directa

Elaborado: Autora

CAPÍTULO V

ESTUDIO FINANCIERO

5.1. Introducción

En el Estudio Financiero se organizó la información económica que arrojó el estudio de mercado y técnico, permitió determinar si el proyecto planteado es o no factible ejecutarlo, a pesar que se tiene un mercado atractivo, además se identificará las utilidades o las rentabilidades que se obtendrá por elaborar este producto, se calculará y estimará beneficios netos que se esperan de la inversión para el proyecto que se llevará a cabo.

Esta información ayudó a definir el tiempo en el que se recupera la inversión inicial y como serán los flujos de caja durante los siguientes periodos o años transcurridos, con el fin de obtener una representación económica del modelo empresarial del negocio que se llevará a cabo.

5.1.1. Estado de Situación Financiera Inicial

El Estado de Situación Financiera Inicial para el primer año indica la posición financiera con la que cuenta la empresa como son: activos, pasivos, patrimonio.

Cuadro N° 30
BRIGGIT DULCES & DULCES
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA O INICIAL AL AÑO CERO
Expresado en dólares de los Estados Unidos de Norte América

ACTIVOS DE LIBRE DISPONIBILIDAD

Capital de Trabajo	\$ 3.419,10
TOTAL INVERSIÓN VARIABLE	\$ 3.419,10

PRESUPUESTO DEL PROYECTO

Edificio	\$ 14.476,35
Maquinaria y Equipo	\$ 23.610,00
Muebles y Enseres	\$ 3.220,00
Equipo de Computación	\$ 1.000,00
Equipo de Oficina	\$ 262,50
TOTAL INVERSIONES	\$ 42.568,85

INVERSIÓN DIFERIDA

Gastos de Constitución	\$ 1.750,00
TOTAL OTROS ACTIVOS	\$ 1.750,00

TOTAL ACTIVOS	\$ 47.737,95
----------------------	---------------------

PASIVOS

Obligaciones Largo Plazo	\$ 19.095,18
TOTAL PASIVO	\$ 19.095,18

PATRIMONIO

Aporte Propio	\$ 28.642,77
---------------	--------------

TOTAL PATRIMONIO	\$ 28.642,77
-------------------------	---------------------

TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 47.737,95
----------------------------------	---------------------

Fuente: Investigación directa
Elaborado: Autora

5.1.2. Determinación de Ingresos Proyectados

Para calcular los ingresos proyectados que obtendrá la microempresa de repostería fina, se tomó en cuenta los datos de la demanda potencial a cubrir establecidos en el Estudio de Mercado para los cinco años que se va hacer la proyección y se multiplicó por los precios de venta determinados por la empresa, incluyendo la tasa de inflación acumulada que es del 2,7% según datos del Banco Central del Ecuador

Cuadro N° 31

Descripción	V.U.	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Volumen proyectado		43.055	58.371	74.190	75.436	76.705
Postres	1,00	25.951	35.183	44.718	45.470	46.234
Chocolates	1,00	17.104	23.188	29.472	29.966	30.471
Precio de venta proyectado						
Inflación anual			2,7%	2,7%	2,7%	2,7%
Postres		1,00	1,03	1,06	1,09	1,12
Chocolates		1,00	1,03	1,06	1,09	1,12
Ingresos Netos Proyectados						
Ingresos de Postres		25.951	36.238,49	47.401,08	49.562,30	51.782,08
Ingresos de Chocolates		17.104	23.883,64	31.240,32	32.662,94	34.127,52
Total Ingreso Proyectado		43.055	60.122,13	78.641,40	82.225,24	85.909,60

Fuente: Investigación directa

Elaborado: Autora

5.1.3. Determinación de Egresos Proyectados

Los egresos que se tendrán en la producción y comercialización de repostería fina, se establecerán en forma anual, datos que permitirán tomar las decisiones, más eficaces de inversión.

Para calcular el presupuesto de egresos se considera las cifras de volúmenes y precios requeridos para operar la microempresa. El incremento anual en el P/venta está dado por el 2,7% de inflación.

5.1.3.1. Costos de producción

Cuadro N° 32

Descripción	V.U.	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Volumen proyectado		43.055	58.371	74.190	75.436	76.705
Postres	1,00	25.951	35.183	44.718	45.470	46.234
Chocolates	1,00	17.104	23.188	29.472	29.966	30.471
Precio de producción proyectado						
Inflación anual			2,7%	2,7%	2,7%	2,7%
Postres		0,89	0,91	0,93	0,95	0,97
Chocolates		0,89	0,91	0,93	0,95	0,97
Egresos Netos Proyectados						
Egresos de Postres		23.096,39	32.318,53	41.587,74	43.196,50	44.846,98
Egresos de Chocolates		15.222,56	21.101,08	27.408,96	28.467,70	29.556,87
Total Egreso Proyectado		38.318,95	53.117,61	68.996,70	71.664,20	74.403,85

Fuente: Investigación directa

Elaborado: Autora

5.1.3.2. Costos Indirectos de Fabricación

Como costos indirectos de fabricación se tiene la depreciación de la maquinaria que se describe a continuación:

Cuadro N° 33

Detalle	Valor Total	Valor Residual	Vida útil	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Horno	\$15.000	\$ 1.500	10	\$1.350	\$1.350	\$1.350	\$1.350	\$1.350
Batidora-Amasadora	\$3.000	\$ 300	10	\$ 270	\$ 270	\$ 270	\$ 270	\$ 270
Rack espiguero	\$ 350	\$ 35	10	\$31,50	\$31,50	\$31,50	\$31,50	\$31,50
Cortadora-cilindradora	\$ 3.100	\$ 310	10	\$279	\$279	\$279	\$279	\$279
Rodillo cortador	\$ 170	\$ 17	10	\$15,30	\$15,30	\$15,30	\$15,30	\$15,30
Balanza electrónica	\$ 115	\$ 11,50	10	\$10,35	\$10,35	\$10,35	\$10,35	\$10,35
Refrigerador	\$ 800	\$ 80	10	\$ 72	\$ 72	\$ 72	\$ 72	\$ 72
TOTAL	\$22.535			\$2.028,15	\$2.028,15	\$2.028,15	\$2.028,15	\$2.028,15

Fuente: Investigación directa

Elaborado: Autora

5.1.3.3. Proyección Gastos Administrativos

5.1.3.3.1. Sueldos Personal Administrativo

Cuadro N° 34

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gerente	\$ 5.400,00	\$ 5.572,80	\$ 5.751,12	\$ 5.935,08	\$ 6.125,00
Secretaria/contadora	\$ 4.080,00	\$ 4.210,56	\$ 4.334,74	\$ 4.473,34	\$ 4.616,28
Total	\$ 9.480,00	\$ 9.783,36	\$10.085,86	\$10.408,42	\$10.741,28

Fuente: Investigación directa

Elaborado: Autora

5.1.3.3.2. Suministros y materiales de oficina

Cuadro N° 35

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Papel bond	\$ 42,00	\$ 43,13	\$ 44,29	\$ 45,49	\$ 46,72
Tinta de impresora	\$50,00	\$ 51,35	\$ 52,74	\$ 54,16	\$ 55,62
Carpetas archivadoras	\$36,00	\$ 36,97	\$ 37,97	\$ 39,00	\$ 41,05
Esfero gráfico	\$2,50	\$ 2,57	\$ 2,64	\$ 2,71	\$ 2,78
Sellos	\$20,00	\$ 20,54	\$ 21,09	\$ 21,66	\$ 22,24
Total	\$ 150,50	\$ 154,56	\$ 158,73	\$ 163,02	\$ 168,41

Fuente: Investigación directa

Elaborado: Autora

5.1.3.3.3. Gastos Generales de Administración

Cuadro N° 36

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Teléfono	\$ 180,00	\$ 184,86	\$ 189,85	\$ 194,98	\$ 200,24
Energía eléctrica	\$ 120,00	\$ 123,24	\$ 126,57	\$ 129,99	\$ 133,50
Agua	\$ 50	\$ 51,35	\$ 52,74	\$ 54,16	\$ 55,62
Total	\$ 350,00	\$ 359,45	\$ 369,16	\$ 379,13	\$ 389,36

Fuente: Investigación directa

Elaborado: Autora

5.1.3.4. Proyección Gastos de ventas

Los gastos de ventas que incurrirá la empresa se detallan a continuación:

5.1.3.4.1. Sueldo del Personal de Ventas

Cuadro N° 37

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Vendedor	\$ 4.080,00	\$ 4.210,56	\$ 4.334,74	\$ 4.473,34	\$ 4.616,28
Total	\$ 4.080,00	\$ 4.210,56	\$ 4.334,74	\$ 4.473,34	\$ 4.616,28

Fuente: Investigación directa
Elaborado: Autora

5.1.3.4.2. Gastos de publicidad

Cuadro N° 38

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Publicidad	\$ 422,45	\$ 433,86	\$ 445,57	\$ 457,60	\$ 469,96
Total	\$ 422,45	\$ 433,86	\$ 445,57	\$ 457,60	\$ 469,96

Fuente: Investigación directa
Elaborado: Autora

5.1.3.5. Tabla de Amortización

Para la ejecución de este proyecto financiará el 40% la Corporación Financiera Nacional al 11,20% anual, la tabla de amortización se detalla en el siguiente cuadro:

Préstamo:	\$ 19.095,18
Tasa de interés:	11,20%
Plazo:	5 años

Fuente: Corporación Financiera Nacional (Ibarra-Ecuador)
Elaborado: Autora

$$VP = \frac{VF * i * (1 + i)^n}{(1 + i)^n - 1}$$

VP = Pago de la Amortización

VF= Valor de la Deuda

i= Tasa Activa Anual

n= Periodos de pago

$$VP = \frac{19.095,18 * 0,1085(1 + 0,1085)^5}{(1 + 0,1085)^5 - 1}$$

$$VP = \frac{2.071,83 * 1,6737}{0,6737}$$

VP = 5.147,13 Pago anual

Cuadro N° 39

Años	Principal	Interés	Anualidad	Capital final
				19.095,18
1	3.075,30	2.071,83	5.147,13	16.019,88
2	3.408,97	1.738,16	5.147,13	12.611,58
3	3.778,77	1.368,36	5.147,13	8.832,81
4	4.188,77	958,36	5.147,13	4.643,25
5	4.643,25	503,88	5.147,13	0,00

Fuente: Corporación Financiera Nacional (Ibarra-Ecuador)

Elaborado: Autora

5.1.3.6. Tabla de Depreciaciones

Cuadro N° 40

Activos	Valor Total	Valor Residual	Vida útil	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Edificio	14.476,35	1.447,63	20 años	651,44	651,44	651,44	651,44	651,44
Mesas de trabajo	800,00	80,00	10 años	72,00	72,00	72,00	72,00	72,00
Escritorio	160,00	16,00	10 años	14,40	14,40	14,40	14,40	14,40
Archivador	180,00	18,00	10 años	16,20	16,20	16,20	16,20	16,20
Silla giratoria	80,00	8,00	10 años	7,20	7,20	7,20	7,20	7,20
Kit de mesas	400,00	40,00	10 años	36,00	36,00	36,00	36,00	36,00
Vitrinas	1.600,00	160,00	10 años	144,00	144,00	144,00	144,00	144,00
Computador	1.000,00	100,00	3 años	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00
Teléfono-Fax	100,00	10,00	10 años	9,00	9,00	9,00	9,00	9,00
Total	16.796,35	1.679,64		1.160,24	1.160,24	1.160,24	1.160,24	1.160,24

Fuente: Investigación directa

Elaborado: Autora

5.1.3.7. Gasto de Constitución

Se refiere a los gastos pre-operacionales incurridos en la constitución de la microempresa de repostería fina, no será inferior a 5 años el porcentaje estará en partes iguales.

Cuadro N° 41

Detalle	Valor inicial	Amortización anual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos de constitución	1.750,00	20%	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00

Fuente: Investigación directa

Elaborado: Autora

5.1.3.8. Resumen de Egresos Proyectados

Cuadro N° 42

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo Directos de Fabricación	19.465,20	19.990,76	20.530,51	21.084,83	21.654,12
Costos Indirectos de Fabricación	2.028,15	2.028,15	2.028,15	2.028,15	2.028,15
Gasto Administrativo	9.980,50	10.297,37	10.613,75	10.950,57	11.299,05
Gasto Ventas	4.502,45	4.644,42	4.780,31	4.930,94	5.086,24
Gasto Depreciación	1.160,24	1.160,24	1.160,24	1.160,24	1.160,24
Gasto Amortización	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00
Gasto Financiero	2.071,83	1.738,16	1.368,36	958,36	503,88
Total Egresos Proyectados	39.558,37	40.209,10	40.831,32	41.463,09	42.081,68

Fuente: Investigación directa

Elaborado: Autora

5.1.4. Estado de Resultados Projectado

El Estado de Pérdidas y Ganancias Projectado presenta los resultados de las operaciones que el proyecto estima tener durante cinco años, permite tomar decisiones y evaluar los objetivos económicos que persigue la empresa.

Cuadro N° 43

**BRIGGIT DULCES & DULCES
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS**

Expresado en dólares de los Estados Unidos de Norte América

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos por Ventas Proyectadas					
Ingresos por Postres	25.951	35.183	44.718	45.470	46.234
Ingresos por Chocolates	17.104	23.188	29.472	29.966	30.471
Total Ventas Proyectadas	43.055	58.371	74.190	75.436	76.705
(-) Costo de Producción Proyectado					
Materia Prima Directa	12.985,20	13.335,80	13.695,87	14.065,66	14.445,43
Mano de Obra Directa	6.480,00	6.654,96	6.834,64	7.019,18	7.208,70
Costos Indirectos de Fabricación	2.028,15	2.028,15	2.028,15	2.028,15	2.028,15
Total Costos de Producción Proyectado	21.493,35	22.018,91	22.558,66	23.112,99	23.682,28
(=) Utilidad Bruta Proyectada	21.561,65	36.352,09	51.631,34	52.323,01	53.022,72
(-) GASTOS OPERACIONALES Y FINANCIEROS PROYECTADOS					
Gasto Administrativo	9.980,50	10.297,37	10.613,75	10.950,57	11.299,05
Gasto de Ventas	4.502,45	4.644,42	4.780,31	4.930,94	5.086,24
Gasto de Depreciaciones	1.160,24	1.160,24	1.160,24	1.160,24	1.160,24
Gasto Amortización	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00
UTILIDAD OPERACIONAL PROYECTADA	5.568,46	19.990,06	34.727,04	34.931,26	35.127,19
Gasto Financiero	2.071,83	1.738,16	1.368,36	958,36	503,88
(=) UTILIDAD ANTES DEL 15%	3.496,63	18.251,90	33.358,68	33.972,90	34.623,31
(-) 15% Participación Trabajadores	524,49	2.737,79	5.003,80	5.095,94	5.193,50
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO A LA RENTA	2.972,14	15.514,11	28.354,87	28.876,96	29.429,81
(-) 22% Impuesto a la Renta	653,87	3.413,10	6.238,07	6.352,93	6.474,56
(=) UTILIDAD NETA	2.318,27	12.101,01	22.116,80	22.524,03	22.955,25

Fuente: Investigación directa

Elaborado: Autora

5.1.5. Flujo de Efectivo Financiero

Son estimaciones de entrada y salida de efectivo presupuestados. Es una base que permite evaluar la liquidez o solvencia en que se encuentra la empresa.

Cuadro N° 44

FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO

FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Utilidad Operacional		5.568,46	19.990,06	34.727,04	34.931,26	35.127,19
Ingresos Operacionales						
Capital auto sustentable	28.642,77					
Capital de trabajo	19.095,18					
(+)Depreciaciones		1.160,24	1.160,24	1.160,24	1.160,24	1.160,24
Total Ingresos		6.728,70	21.150,30	35.887,28	36.091,50	36.287,43
Egresos no operacionales						
(-)15% participación a trabajadores		524,49	2.737,79	5.003,80	5.095,94	5.193,50
(-)25% impuesto a la renta		653,87	3.413,10	6.238,07	6.352,93	6.474,56
Total Egresos		1.178,36	6.150,89	11.241,87	11.448,87	11.668,06
Flujo Neto		5.550,34	14.999,41	24.645,41	24.642,63	24.619,37
Total de la inversión	47.737,95					

Fuente: Investigación directa

Elaborado: Autora

5.1.6. Evaluación Financiera

5.1.6.1. Tasa de Redescuento (TRM)

Se tomará en cuenta la tasa de interés activa del 10,85% gasto que demandará el crédito, y la tasa pasiva del 4% que ganaría, si el capital propio se invertiría en una entidad financiera; cuyo resultado se sumará a la tasa inflacionaria del 2,7%. Estos cálculos constituyen un referéndum para los indicadores financiero VAN y TIR.

Cuadro N° 45

Forma de Financiamiento Inicial	Valor	Porcentaje de Participación	Costo Capital (KP) Ponderado	Costo de Capital Neto (KP)
Recursos Propios	28.642,77	60%	4%	240%
Préstamo Bancario	19.095,18	40%	10,85%	434%
Total de la Inversión	47.737,95	100%		6,74%

Fuente: Investigación directa

Elaborado: Autora

$$\text{Tasa de Redescuento} = (1+k_p)*(1+Inf)-1$$

$$\text{Tasa de Redescuento} = (1,0674)*(1,027)-1$$

$$\text{Tasa de Redescuento} = 0,0962$$

$$\text{Tasa de Redescuento} = 9,62\%$$

El 9,62% constituirá la tasa de redescuento para ser aplicado en los indicadores económicos.

5.1.6.2. Cálculo del Valor Actual Neto (VAN)

Mediante el cálculo del valor actual neto se podrá establecer el valor presente de los flujos futuros de efectivo, considerando para este periodo una tasa de rendimiento del 9,62%.

Se obtuvo el Valor Actual Neto (VAN), empleando la siguiente fórmula:

$$VAN = < Inversión Inicial + \frac{\sum Flujo de Caja Neto}{(1 + i)^n}$$

Cuadro Nº 46

Tasa inferior del 9,62%

Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo de Caja	-47.737,95	5.550,34	14.999,41	24.645,41	24.642,63	24.619,37
Flujos Actualizados		5.063,25	12.482,30	18.709,69	17.065,85	15.553,49

Fuente: Investigación directa
Elaborado: Autora

$$VAN = -47.737,95 + \frac{5.550,34}{(1 + 0,0962)^1} + \frac{14.999,41}{(1 + 0,0962)^2} + \frac{24.645,41}{(1 + 0,0962)^3} + \frac{24.642,63}{(1 + 0,0962)^4} + \frac{24.619,37}{(1 + 0,0962)^5}$$

$$VAN = -47.737,95 + 68.874,58$$

$$VAN = 21.136,63$$

Una vez establecidos los resultados obtenidos el VAN es positivo. Por lo tanto, afirmamos teóricamente que el proyecto es factible llevarlo a cabo, siempre y cuando los escenarios previstos no cambien en forma significativa.

5.1.6.3. Cálculo de la Tasa Interna de Retorno (TIR)

Es la rentabilidad que devuelve la inversión en el futuro y permite igualar a la inversión con los flujos futuros. Para que el proyecto sea rentable el TIR tiene que ser superior al costo de capital.

Para su análisis se calcula el VAN con tasa superior e inferior para luego interpolar.

Cuadro Nº47

Tasa Inferior del 9,62%

Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo de Caja	-47.737,95	5.550,34	14.999,41	24.645,41	24.642,63	24.619,37
Flujos Actualizados		5.063,25	12.482,30	18.709,69	17.065,85	15.553,49

Fuente: Investigación directa

Elaborado: Autora

Cuadro Nº 48

Tasa Superior 23%

Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo de Caja	-47.737,95	5.550,34	14.999,41	24.645,41	24.642,63	24.619,37
Flujos Actualizados		4.512,47	9.914,34	13.244,04	10.766,30	8.744,83

Fuente: Investigación directa

Elaborado: Autora

$$VAN = -47.737,95 + \frac{5.550,34}{(1 + 0,23)^1} + \frac{14.999,41}{(1 + 0,23)^2} + \frac{24.645,41}{(1 + 0,23)^3} + \frac{24.642,63}{(1 + 0,23)^4} + \frac{24.619,37}{(1 + 0,23)^5}$$

$$VAN = -47.737,95 + 47.181,98$$

$$VAN = -555.97$$

Una vez obtenidos el VAN positivo y negativo, se calcula la TIR mediante la siguiente fórmula:

$$TIR = Ti + (Ts - Ti) * \frac{VAN Ti}{(VAN Ti - VAN Ts)}$$

En donde:

Ti = Tasa Inferior

Ts = Tasa Superior

VAN Ti = Valor Presente Neto de la Tasa Inferior

VAN Ts = Valor Presente Neto de la Tasa Superior

$$TIR = 0,0962 + (0,23 - 0,0962) * \frac{21.136,63}{(21.136,63 - (-555,97))}$$

$$TIR = 0,0962 + (0,1338) * 0,9743$$

$$TIR = 0,0962 + 0,1303$$

$$TIR = 0,226$$

$$TIR = 23$$

De acuerdo con esta tasa el proyecto se considera factible, debido a que esta tasa permite igualar a la sumatoria actualizada de los flujos de efectivo con la inversión inicial.

Comprobación:

$$VAN = -47.737,95 + \frac{5.550,34}{(1 + 0,23)^1} + \frac{14.999,41}{(1 + 0,23)^2} + \frac{24.645,41}{(1 + 0,23)^3} + \frac{24.642,63}{(1 + 0,23)^4} + \frac{24.619,37}{(1 + 0,23)^5}$$

$$VAN = -47.737,95 + 47.737,95$$

$$VAN = 0,00$$

5.1.6.4. Índice Beneficio Costo

Esta relación refleja el valor que tiene el proyecto en relación a los costos/beneficios. El cuadro de los ingresos y egresos actualizados se muestra a continuación, los cuales fueron calculados con la tasa de rendimiento del 9,62%.

Cuadro Nº 49
INGRESOS Y EGRESOS ACTUALIZADOS

Años	Ingresos	Egresos	Factor 9.62% (1+r)^n	Ingresos Actualizados	Egresos Actualizados
1	5.550,34	587,92	1,096	6.083,17	644,36
2	14.999,41	5.623,85	1,20	12.499,51	6.759,42
3	24.645,41	10.849,71	1,31	32.285,49	14.213,12
4	24.642,63	11.173,35	1,44	35.485,39	16.089,62
5	24.619,37	11.522,75	1,58	38.898,60	18.205,95
TOTAL	94.457,16	39.757,58		125.252,16	55.912,47

Fuente: Investigación directa
Elaborado: Autora

$$B/C = \frac{\sum \text{Ingresos Actualizados}}{\sum \text{Egresos Actualizados}}$$

$$B/C = \frac{125.252,16}{55.912,47}$$

$$B/C = 2,24$$

El índice de rentabilidad es mayor que uno. Entonces el proyecto si es aceptable. Por cada dólar invertido se recupera \$2,24 o a su vez por cada dólar se obtiene un superávit de \$1,24 centavos de dólar.

5.1.6.5. Período de Recuperación

Este elemento de evaluación financiera permite conocer en qué tiempo se recupera la inversión, tomando en cuenta el comportamiento de los flujos de caja proyectado.

El período de recuperación que tendrá el proyecto será de 3 años, 1 mes y 8 días.

INVERSIÓN TOTAL= 47.737,95

FLUJO DE CAJA PROYECTADO

Primer Año	5.550,34
Segundo Año	14.999,41
Tercer Año	24.645,41
Cuarto Año	24.642,63
Quinto Año	24.619,37
Sumatorias Entradas de Efectivo	94.457,16

Cálculo

Inversión	47.737,95
(-) Flujo de 3 años, 1 mes, 8 días	47.796,31
Sobrante Recuperación	58,36

5.1.6.6. Punto de Equilibrio

Es el nivel de operaciones en el que los ingresos son iguales en importes a sus correspondientes en gastos y costos. Con la finalidad de determinar cuál es el nivel de producción donde los costos totales se igualan a los ingresos.

De acuerdo al volumen de ventas, se puede establecer el punto de equilibrio con la utilización de la siguiente fórmula.

$$PE\$ = PV - CV$$

$$PE\$ = 43.055 - 21.493,35$$

$$PE\$ = 21.561,65$$

Cuadro N° 50

PUNTO DE EQUILIBRIO EN VENTAS

Detalle	Año 1
Ingresos	
Ventas	43.055
Costos Fijos	
Gasto Administrativo	9.980,50
Gasto de Ventas	4.502,45
Gasto de Depreciaciones	1.160,24
Gasto Amortización	350,00
Gasto Financiero	3.823,59
Total Costos Fijos	19.816,78
Costos Variables	
Materia Prima Directa	12.985,20
Mano de Obra Directa	6.480,00
Costos Indirectos de Fabricación	2.028,15
Total Costos Variables	21.493,35
Punto de Equilibrio (dólares)	21.561,65
Unidades a producir	43.055
Costo variable unitario	0,50
Punto de equilibrio en unidades	43.123,30

Fuente: Investigación directa

Elaborado: Autora

5.1.7. Conclusión del Estudio Financiero

Se llegó a determinar a través de los estados financieros proyectados del presente proyecto productivo, que la creación de la microempresa productora y comercializadora de repostería fina tiene índices positivos, es decir, se podrá ejecutar el plan. Cada año se incrementará la producción, según los cuadros del estudio de mercado. Sin embargo, el precio en el mercado se aumentará el 2,7%, según la tasa de Inflación emitida por el Banco Central del Ecuador.

CAPÍTULO VI

ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

Toda empresa debe contar necesariamente con una forma organizacional, por medio del cual se puede ordenar las actividades, los procesos diferenciando adecuadamente las características, de cada una de las estructuras que integran la organización micro empresarial.

6.1. La empresa

6.1.1. Nombre o razón social

El nombre de la micro empresa; una vez que se constituyan los estatutos deberá inscribirse la razón social con la que va a funcionar la microempresa, para realizar todas sus transacciones comerciales y actividad económica, se determinará de acuerdo a la decisión de la propietaria.

En el registro mercantil se debería inscribirse como **“BRIGGIT DULCES & DULCES”**, con domicilio en la sede del mercado artesanal indígena más grande, la ciudad de Otavalo.

El logotipo mediante el cual se comercializará la repostería será el siguiente:

Gráfico N° 21



Fuente: Investigación directa
Elaborado: Autora

6.1.2. Misión

Producir y comercializar repostería fina de alta calidad, satisfaciendo las expectativas y necesidades de los consumidores mediante productos que brinden un alto nivel satisfacción al momento de consumirlos.

6.1.3. Visión

En los próximos cinco años la microempresa será un referente de producción de repostería fina en la ciudad de Otavalo, reconocida a nivel cantonal, provincial y regional por la calidad del producto y el servicio altamente especializado y profesional.

6.1.4. Políticas

Las políticas que se aplicarán en la microempresa son las siguientes:

- Brindar trato justo a todos los clientes, en sus solicitudes y reclamos considerando que el fin de la microempresa es el servicio a la comunidad.
- Realizar todo trabajo con excelencia.
- Definir por escrito, el tiempo máximo de respuesta de todo
- Requerimiento interno o externo, es responsabilidad de cada una de las áreas.
- Todos los integrantes de la microempresa deben mantener un comportamiento ético.
- Ignorar toda forma de favoritismo, cumpliendo la reglamentación vigente.

- Realizar evaluaciones periódicas, permanentes a todos los procesos de la organización.
- Mantener una sesión mensual documentada de trabajo de cada unidad, a fin de coordinar, planear y evaluar planes, programas definir prioridades y plantear soluciones.
- El empleado deberá estar bien uniformado en las diferentes áreas.
- Entregar los pedidos a tiempo.

6.1.5. Valores de la microempresa

Los valores primordiales que se basa la microempresa son los siguientes:

- Ética
- Calidad
- Creatividad
- Puntualidad
- Desarrollo Humano
- Trabajo en equipo
- Compromiso y responsabilidad social

6.1.6. Principios de la microempresa

Los principios de la microempresa son los siguientes:

6.1.7. Buscar siempre un mayor nivel de calidad

La calidad será un factor determinante en la decisión de compra de las personas, por lo tanto es necesario mejorar siempre las especificaciones de las manualidades.

6.1.8. Buscar establecer los precios más competitivos

Producir a menor costo sin sacrificar la calidad será la garantía de competitividad que tiene la empresa.

6.1.9. Mejorar constantemente

Ofrecer mejoramiento continuo en el producto y en todos los procesos de la microempresa.

6.2. Conformación jurídica

6.2.1.1. Constitución

De acuerdo con el objeto de la microempresa se constituye como PERSONA NATURAL NO OBLIGADA A LLEVAR CONTABILIDAD, con el compromiso de estar sujeta a cumplir con todas las obligaciones legales que se la ley establece y lo que se describe a continuación.

✓ Minuta de Constitución

Documento que realiza un notario público en el que se incluye o inserta, la minuta de constitución y los estatutos. Se le conoce también como testimonio de constitución.

❖ Minuta de Constitución

CONSTITUCIÓN DE UNA EMPRESA UNIPERSONAL

En la provincia de Imbabura, ciudad de Otavalo, a los DIECISIETE (17) días del mes de Julio del año 2013, compareció la señorita JOMAYRA JANETH

SALGADO FLORES, ecuatoriana de nacimiento, mayor de edad, de estado civil SOLTERA, con la cédula de ciudadanía N° 172454493-5 expedida en Cayambe-Pichincha, quien expresó ser persona hábil para contratar y obligarse, en quien no incurre ninguna causal de impedimento de naturaleza civil o comercial. De igual forma manifestó que obrando en nombre propio por conducto del presente documento, procede a constituir una Empresa Unipersonal que se registrará por las siguientes cláusulas:

CAPITULO I

SOCIOS. DENOMINACIÓN SOCIAL. NATURALEZA, DOMICILIO, DURACIÓN, OBJETO SOCIAL Y APORTES.

ARTÍCULO 1. Propietario. El (la) único (a) propietario (a) de esta empresa es el (la) señorita JOMAYRA JANETH SALGADO FLORES, en su condición de persona natural, cuya dirección de residencia es Cayambe. N° 39.

ARTÍCULO 2. Denominación social. La empresa unipersonal que hoy se constituye tendrá como denominación social BRIGGIT DULCES Y DULCES.

ARTÍCULO 3. Naturaleza. La empresa se organiza bajo la forma de empresa unipersonal, de naturaleza comercial.

ARTÍCULO 4. Domicilio. El domicilio principal de la empresa unipersonal será la ciudad de Otavalo, lo cual no obsta para que obren establecimientos de comercio en sedes diferentes a la principal.

ARTÍCULO 5. Duración. La empresa unipersonal no tendrá un término de duración; y se la podrá disolver en el momento que se crea necesario, sin perjuicios según lo previsto en los presentes estatutos y en la Ley.

ARTÍCULO 6. Objeto social. La empresa unipersonal tiene por objeto las siguientes, actividades: tendrá por objeto principal efectuar operaciones de producción y comercialización de repostería fina y, particularmente, orientar

sus actividades hacia la promoción y comercialización de productos de repostería en los mercados externos.

PARÁGRAFO. Prohibiciones. La empresa unipersonal no podrá garantizar con su firma ni con sus bienes, las obligaciones de terceros.

CAPITULO II.

Capital.

ARTÍCULO 7. Capital. El capital de la empresa unipersonal será la suma de OCHENTA Y DOS MIL CIENTO SETENTA Y DOS DÓLARES CON OCHENTA Y CINCO CENTAVOS (\$82.172,85). ARTÍCULO 8. Aumento del capital. El (la) titular de la empresa unipersonal podrá decretar aumento del capital, mediante el aumento de los aportes de capital y mediante la capitalización de los fondos especiales de reserva, que permitan ser capitalizados por la ley. Ello se cumplirá por conducto de documento privado que se inscribirá en el registro mercantil de la Cámara de Comercio y que implicará una reforma al presente estatuto.

CAPITULO III.

Responsabilidad por los Negocios de la Empresa.

ARTÍCULO 9. Responsabilidad del empresario. El (la) titular de la empresa unipersonal, responderá por los negocios que la empresa celebre, hasta el monto total del patrimonio de la misma empresa.

CAPITULO IV.

Dirección y administración de la empresa.

ARTÍCULO 10. Órganos de dirección. La dirección y administración de la empresa unipersonal será ejercida por un solo órgano principal que es la gerencia de la empresa.

ARTÍCULO 11. Acto de verificación. Cada mes, el primer martes década semana a partir de las (08:00 am) en la sede social, acudirá a las oficinas de la empresa directamente o en reunión con sus asesores, si los tuviere, a efecto de elaborar un informe en el que conste:

- a) El examen de la situación de la empresa unipersonal;
- b) La fijación de las directrices especiales de la empresa;
- c) La consideración de las cuentas y el balance del último ejercicio, junto con el estado de ganancias y pérdidas y
- d) El informe de gestión de que trata la cláusula 21 de este instrumento.

ARTÍCULO 12. Decisiones de la empresa unipersonal. Todas las decisiones serán adoptadas por el (la) empresario (a) en su condición de gerente.

ARTÍCULO 13. De la gerencia. El manejo general de la empresa unipersonal estará a cargo de un (a) gerente que será el titular de la misma empresa y que durará en sus funciones mientras exista la empresa. El (la) gerente tiene la facultad de administrar y de representar la empresa unipersonal, para lo cual hará uso de la denominación social, sin ninguna limitación. El (la) gerente tendrá un suplente que o reemplazará en sus faltas o ausencias temporales o definitivas, con las mismas facultades, obligaciones y responsabilidades.

ARTÍCULO 14. Funciones del gerente. Son funciones del gerente:

- a) Llevar la representación legal de la empresa;
- b) Formular las políticas generales de la empresa y los planes y programas que deben adelantarse o continuarse;
- c) Dirigir, coordinar y controlar la ejecución de los programas y las tareas de la empresa unipersonal;

- d) Determinar la estructura administrativa interna y elaborar el reglamento de trabajo, el manual de funciones y la escala de remuneración de los cargos;
- e) Nombrar, contratar, orientar y remover el personal de la empresa que este bajo su inmediata subordinación y dependencia;
- f) Disponer, cuando lo estime conveniente, la creación o formación de los cuerpos especiales que asesoren al gerente en asuntos determinados, investidos de las atribuciones precisas y fijar la remuneración que a sus integrantes les corresponda;
- g) Disponer de la apertura de sucursales o de agencias de la empresa unipersonal y determinar las facultades de sus mandatarios;
- h) Elaborar el presupuesto anual de la empresa;
- i) Proveer el oportuno recaudo de los ingresos, ordenar los gastos en general, dirigir las operaciones propias de la empresa unipersonal dentro de las disposiciones de los estatutos;
- j) Velar por la correcta aplicación de los fondos y el debido mantenimiento y utilización de los bienes de la empresa unipersonal;
- k) Celebrar con sujeción a las normas legales y estatutarias; todos aquellos actos o contratos tendientes al desarrollo del objeto social;
- l) Elaborar el informe anual resultante del acto de verificación,
- m) Elaborar las cuentas, el balance general y el inventario de cada ejercicio y disponer de las utilidades de la empresa unipersonal conforme a los presentes estatutos y a las leyes;
- n) Disponer qué reservas deben hacerse además de las legales; cambiar su destinación y distribuirlas;

- o) Constituir los apoderados especiales para que la empresa unipersonal adelante satisfactoriamente los trámites o procesos administrativos y judiciales en los cuales tuviere interés;
- p) Nombrar los árbitros que le corresponda;
- q) Solicitar la celebración de concordato preventivo de conformidad con las normas sobre la materia, que se admitida la empresa en el trámite de reestructuración empresarial;
- r) Autorizar la transformación o la fusión de la empresa con otra u otras;
- s) Resolver sobre la prórroga del término de duración de la empresa y sobre su disolución anticipada;
- t) Desempeñar todas las funciones necesarias para cumplir con los actos y operaciones mercantiles necesarias para su objeto social;
- u) Celebrar todos los actos y contratos comprendidos dentro del objeto social sin ninguna limitación cualitativa ni cuantitativa;
- v) Desempeñar las demás funciones que le señalen las leyes, los estatutos de la empresa y en general todas aquellas relacionadas con la organización y funcionamiento de la misma.

ARTÍCULO 15. Actuación del gerente. El (la) administrador (a) de la empresa unipersonal debe de obrar de buena fe, con la lealtad y con diligencia de un buen hombre de negocios. Sus actuaciones se cumplirán en interés de la empresa unipersonal. La responsabilidad del gerente, será la prevista en el régimen general de sociedades.

ARTÍCULO 16. Prohibiciones especiales. En ningún caso el (la) empresario (a) podrá directamente o por interpuesta persona, retirar para sí o para un tercero, cualquier clase de bienes pertenecientes a la empresa unipersonal, salvo que se trate de utilidades debidamente justificadas. El titular de la

empresa no puede celebrar como persona natural contratos con la empresa unipersonal ni tampoco hacerlo entre si empresas unipersonales constituidas por el mismo.

CAPITULO V.

Informes de los Administradores.

ARTÍCULO 17. Rendición de cuentas. El (la) gerente de la empresa unipersonal deberá confeccionar las memorias que contengan el informe de gestión y las cuentas comprobadas de su actuación, al final de cada ejercicio. Para tal efecto lo insertará en el acta resultante del acto de verificación consagrado en la cláusula quince del presente estatuto. El informe de gestión deberá contener una exposición fiel sobre la evolución de los negocios y la situación jurídica, económica y administrativa de la sociedad, y, además sobre:

- a) Los acontecimientos importantes acaecidos después del ejercicio;
- b) La evolución previsible de la empresa y
- c) Las operaciones celebradas con los socios y los administradores.

CAPITULO VI.

De los Estados Financieros de cada Ejercicio.

ARTÍCULO 18. Inventarios y balances generales. Cada año, el 31 de Diciembre, se cortarán las cuentas para preparar y difundir estados financieros de propósito general, debidamente certificados. Estos estados financieros son el inventario, el balance general y el estado de ganancias y pérdidas de los negocios sociales. Estos documentos deben ser elaborados de conformidad con la ley y con las normas contables y ser aprobados por el empresario en el acto de verificación. Los estados financieros estarán acompañados de sus respectivas notas, con las cuales conformarán un todo

indivisible. El gerente y el contador público bajo cuya responsabilidad se hubiesen presentado dichos estados financieros, deberán certificarlos.

ARTÍCULO 19. Reserva legal. La empresa constituirá una reserva legal que ascenderá por lo menos al cincuenta por ciento (50%) del capital, formado con el diez por ciento (10%) de las utilidades liquidas de cada ejercicio fiscal. Cuando esta reserva llegue al cincuenta por ciento (50%) mencionado, la empresa no tendrá obligación de continuar llevando a esta cuenta el (10%) de las utilidades liquidas. Pero si disminuye, volverá apropiarse el mismo porcentaje de tales utilidades hasta cuando la reserva legal llegue nuevamente al límite fijado.

ARTÍCULO 20. Reservas ocasionales. La empresa podrá constituir reservas ocasionales, con destinación adoptadas por el (la) empresario (a) en el acto de verificación. Dichas reservas serán obligatorias para el ejercicio fiscal en el cual se hagan y sólo el empresario podrá cambiar su destinación o distribuir las cuando resulten innecesarias, decisión que se deberá adoptar por conducto de una memoria escrita para el efecto.

ARTÍCULO 21. Reparto de utilidades. Las utilidades se repartirán a el (la) empresario (a), previa aprobación del acto de verificación, después de destinar el porcentaje prescrito para formar la reserva legal y hacer las apropiaciones para el pago de los impuestos. Las utilidades deberán estar justificadas por balances ciertos. El pago de dividendos se hará en dinero en efectivo, en las épocas que acuerde el empresario en el acto de verificación.

CAPITULO VII.

Disolución y Liquidación de la Empresa.

ARTÍCULO 22. Causales de disolución. La empresa se disolverá:

- a) Por voluntad del empresario titular de la empresa;
- b) Por la muerte del constituyente o del empresario titular de la empresa;

- c) Por la imposibilidad de desarrollar la empresa social, por la terminación de la misma, o por extinción de la cosa o cosas cuya explotación constituye su objeto;
- d) Por el fracaso del concordato preventivo potestativo solicitado o convocado a la empresa o por el fracaso de la negociación de un acuerdo de reestructuración empresarial;
- e) Por decisión de la autoridad competente en los casos previstos en las leyes;
- f) Cuando ocurran pérdidas que reduzcan el patrimonio neto por debajo del cincuenta por ciento (50%) del capital

ARTÍCULO 23. Liquidación. Disuelta la empresa, se procederá de inmediato a su liquidación, con sujeción a las normas estatutarias; consecuentemente no podrá iniciar nuevas operaciones en desarrollo de su objeto y su capacidad jurídica se conservará únicamente para los actos tendientes a la inmediata liquidación.

ARTÍCULO 24. Liquidador. Será liquidador de la empresa unipersonal el (la) empresario (a) titular de la empresa, que para dichos efectos tendrá un suplente que será el suplente del gerente. En caso de muerte del constituyente o titular de la empresa unipersonal, será liquidador de la misma el suplente del gerente.

ARTÍCULO 25. Forma de hacer la liquidación. El liquidador dará aviso del estado de liquidación de la empresa mediante comunicación inserta en el periódico de circulación en la sede social, a efectos de dar publicidad al proceso. Previamente deberá elaborar los estados financieros de la empresa con un inventario detallado de los bienes. En el pasivo del balance se efectuará una relación de los créditos a cargo de la empresa, individualizando las obligaciones en cuanto a su beneficiario, su cuantía y exigibilidad. Las obligaciones a plazo, se harán exigibles. Las obligaciones

condicionales y los pasivos contingentes, serán objeto de una reserva para su cancelación, y si no se vuelven exigibles, esta reserva se distribuirá al empresario titular de la empresa. El liquidador pagará los pasivos externos con los dineros y bienes de la empresa. Si no existiere liquidez para cancelar los pasivos externos, el liquidador procederá a enajenar primero los bienes muebles y seguidamente los bienes inmuebles, a efecto de pagar con el producto de su realización las deudas de la empresa. Las obligaciones de cancelarán teniendo en cuenta las normas sobre prelación de créditos y privilegios consagrados en los artículos del Código Civil. Pagados los pasivos se determinará la masa social partible, que se distribuirá al empresario titular de la empresa. Verificada la liquidación se elaborará un acta especial y se efectuará un acto de verificación en que se aprueben las cuentas y el acta de liquidación. Aprobada la cuenta final de la liquidación, el liquidador la protocolizará en una notaría, la inscribirá en la Cámara de Comercio y entregará al titular de la empresa, los bienes que le correspondan.

ARTÍCULO 26. Nombramiento de administrador. Para el periodo que hoy empieza y sin límite de tiempo, se hace el siguiente nombramiento: Gerente JOMAYRA JANETH SALGADO FLORES.

ARTÍCULO 27. Copias. El presente estatuto se elabora en dos (2) copias, una de las cuales se inscribirá en el registro mercantil de la Cámara de Comercio de Ibarra y la otra reposará en poder del empresario titular de la empresa unipersonal. En señal de consentimiento ausente de vicios y plena voluntad en la constitución de la empresa unipersonal, firmo el presente documento y reconozco ante Notario Público el mismo.

Jomayra Janeth Salgado Flores

C.C. No 172454493-5

✓ **Inscripción en el Registro Mercantil**

El notario, luego de que la escritura pública ha sido suscrita por los asociados, envía al registro público para su debida inscripción.

✓ **Obtención del RUC**

Inscrita la Compañía, se procede a solicitar el Registro Único de Contribuyentes (RUC) al Servicio de Rentas Internas (S.R.I.).

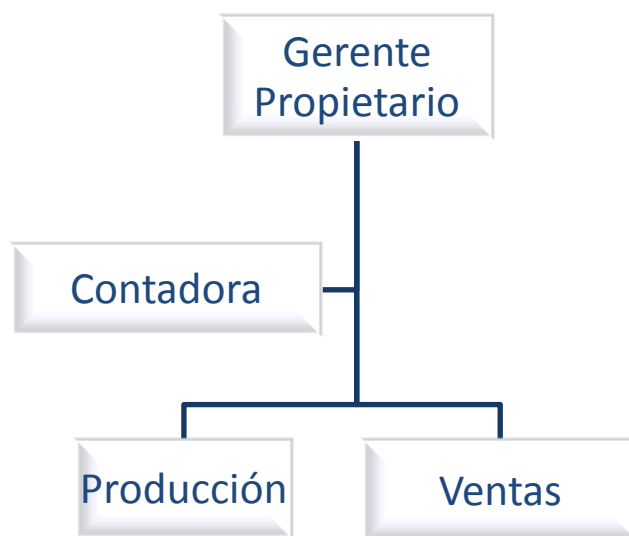
6.3. Estructura organizativa y funcional

6.3.1. Estructura organizacional de la microempresa “BRIGGIT DULCES & DULCES”

La estructura organizacional es básica, puesto que es una microempresa que recién está iniciando su actividad. Contará con una Gerente–Propietaria, Contadora, Jefe de producción, Chef que se encargaran de la producción y un vendedor.

Definiendo su organigrama estructural de la siguiente manera:

Cuadro Nº 51



Fuente: Investigación directa
Elaborado: Autora

6.4. ESTRUCTURA FUNCIONAL

Las funciones y responsabilidades de las personas que conforman la microempresa “BRIGGIT DULCES & DULCES” se detallan a continuación:

6.4.1. Gerente general

Cuadro N° 52

NOMBRE	GERENTE GENERAL
REQUISITOS DEL PUESTO	Instrucción: Estudios Superiores en Administración o carreras afines Experiencia: En funciones afines
PERFIL DEL PUESTO	<ul style="list-style-type: none">➤ Acostumbrado a trabajar en equipo,➤ Ser objetivo,➤ Actitud de líder,➤ Tener don de mando,➤ Iniciativa propia,➤ Capacidad de toma de decisiones,➤ Ética moral➤ Habilidades de solucionar conflictos.
FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none">➤ Ser el representante legal de la microempresa,➤ Es el responsable por la marcha administrativa, operativa y financiera de la microempresa,➤ Hacer uso adecuado de la información disponibles para la toma de decisiones,➤ Velar por el cumplimiento de los objetivos establecidos,➤ Supervisar al personal y preocuparse por mantener niveles óptimos de eficiencia y eficacia,➤ Planeamiento estratégico

	de actividades, ➤ Dirigir las actividades generales de la microempresa, ➤ Autorizar convenios a nombre de la microempresa.
--	--

Fuente: Investigación directa

Elaborado: Autora

6.4.2. Contadora

Cuadro N° 53

NOMBRE	CONTADORA
REQUISITOS DEL PUESTO	Instrucción: Estudios Superiores en Contabilidad C.P.A. Experiencia: En manejo contables financieros y tributarios.
PERFIL DEL PUESTO	➤ Tener buenas relaciones Humanas, ➤ Honradez, ➤ Ética moral, ➤ Responsabilidad, ➤ Confiabilidad e integridad.
FUNCIONES	➤ Asumir el control de la documentación y custodia del archivo, ➤ Registrar diariamente todas las transacciones en los registros contables. ➤ Elaborar puntualmente los estados financieros, ➤ Presentar las obligaciones tributarias a tiempo, ➤ Realizar los roles de pagos mensuales de los trabajadores y proceder a su pago,

	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Cancelar al IESS, las aportaciones de los trabajadores, realizará las actividades de agente de retención y proceder al pago de los impuestos de forma oportuna, ➤ Analizar los resultados económicos, detectando áreas críticas y señalando cursos de acción que permita lograr mejoras, ➤ Llevar a cabos estudios de los problemas económicos y financieros que aquejen a la microempresa. ➤ Asesorar a la gerencia en planes económicos y financieros, tales como presupuestos.
--	--

Fuente: Investigación directa

Elaborado: Autora

6.4.3. Jefe de producción

Cuadro Nº 54

NOMBRE	JEFE DE PRODUCCIÓN
REQUISITOS DEL PUESTO	<p>Instrucción: Estudios Superiores en Gastronomía.</p> <p>Experiencia: Mínimo en 2 años en funciones similares.</p>
PERFIL DEL PUESTO	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Tener buenas relaciones Humanas, ➤ Honradez,, ➤ Responsabilidad para cumplir las actividades encomendadas,

	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Don de mando, ➤ Honestidad.
FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Supervisar, dirigir y controlar que las actividades productivas se cumplan eficientemente , ➤ Controlar la producción y la calidad del producto, ➤ Supervisar al personal operativo en las labores diarias de la producción de la repostería, ➤ Elaborar presupuestos de recursos materiales, insumos para la producción y personal necesario, ➤ Administrar la bodega de materiales e insumos, ➤ Resolver problemas del área de producción.

Fuente: Investigación directa

Elaborado: Autora

6.4.4. Chef

Cuadro Nº 55

NOMBRE	OBRERAS
REQUISITOS DEL PUESTO	Tener conocimientos y práctica en diseño y producción de repostería fina.
PERFIL DEL PUESTO	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Puntualidad, ➤ Responsabilidad en las tareas encomendadas,

	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Actitud para trabajar en equipo, ➤ Ser colaborador y honesto.
FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Cumplir con las actividades que se programan para el desarrollo de la producción , ➤ Llevar a cabalidad los procedimientos para elaborar la repostería. ➤ Realizar las tareas en los tiempos previstos, ➤ Producir las cantidades encomendadas para cumplir puntualmente con los pedidos.

Fuente: Investigación directa

Elaborado: Autora

6.4.5. Vendedor

Cuadro Nº 56

NOMBRE	VENDEDOR
REQUISITOS DEL PUESTO	<p>INSTRUCCIÓN: Mínimo bachillerato.</p> <p>EXPERIENCIA: mínimo 2 años en funciones similares</p>
PERFIL DEL PUESTO	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Ética moral, ➤ Dinamismo y liderazgo,

	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Responsabilidad en las tareas encomendadas, ➤ Tener iniciativa y creatividad, ➤ Actitudes positivas para atención al cliente, ➤ Acostumbrado a trabajar bajo presión y por objetivos.
FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Abrir nuevas plazas para el producto, ➤ Proporcionar la atención adecuada, amable, cordial y oportuno, ➤ Cumplir puntualmente con los pedidos realizado por los clientes, ➤ Planificar, dirigir y coordinar la venta del producto, ➤ Organizar los documentos que soporten la venta, ➤ Convencer al cliente de la utilidad del producto, ➤ Entregar mensualmente el informe de las actividades, ➤ Tener un inventario de los productos destinados a la venta,

	➤ Entregar a los canales de distribución los pedidos realizados.
--	--

Fuente: Investigación directa
Elaborado: Autora

CAPÍTULO VII

IMPACTOS

El análisis de impactos esta presentado de acuerdo a los indicadores esperados de cada área, a los cuales se les ha asignado un nivel, que se indica en la siguiente tabla:

Cuadro N° 57

VALORACIÓN	NIVEL DE IMPACTO
5	IMPACTO MUY ELEVADO
4	IMPACTO ALTO
3	IMPACTO MEDIO
2	IMPACTO BAJO
1	IMPACTO MUY BAJO
0	INDIFERENTE

Fuente: Investigación directa
Elaborado: Autora

7.1. Impacto económico

Cuadro N° 58

ASPECTOS	VALORACIÓN											
	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5	Σ
INGRESOS									X			
GENERACIÓN DE EMPLEO										X		
ESTABILIDAD LABORAL									X			
AYUDA COMUNITARIA									X			
TOTAL						0			9	4		13
13/4= 3,25= 3												

Fuente: Investigación directa
Elaborado: Autora

ANÁLISIS

El impacto es medio, los socios de la microempresa recibirán ingresos al poner en funcionamiento el negocio, creando fuentes de empleo directo e indirecto que generan ingresos para las personas y trabajadores que intervienen en la elaboración de la repostería, proveedores de insumos y materia prima logrando solventar sus necesidades económicas.

El proyecto dinamizará el trabajo de la quienes producirán la repostería, mediante el incremento de la eficiencia y reducción de los costos operacionales del sistema de producción.

La actividad dará mayor competitividad del negocio y permitirá un posicionamiento del producto dentro del mercado de la repostería en la ciudad de Otavalo.

Además se ofrecerá productos tales como: postres, pastelería, confitería y chocolatería, cabe mencionar que este tipo de proyectos benefician a la población, debido a que se incrementa la imagen empresarial, logrando que se incremente el número de empresas que visitan la ciudad.

7.2. Impacto empresarial

Cuadro N° 59

ASPECTOS	VALORACIÓN											
	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5	Σ
Espíritu emprendedor										X		
Creatividad											X	
Cultura de organización y planificación											X	
Toma de decisiones											X	
Administración técnica											X	
Asignación óptima de recursos											X	
Rentabilidad financiera										X		
TOTAL						0				8	25	33
36 / 7 = 5,14 = 5												

Fuente: Investigación directa

Elaborado: Autora

ANÁLISIS

El impacto empresarial es muy alto, en la actualidad en el medio en el que nos desenvolvemos nos exige cada día ser más emprendedores para lograr un buen desempeño dentro del mismo, aplicando la creatividad, liderazgo, gestión competitiva, productividad y el trabajo corporativo.

La creación de una nueva microempresa exige crear una cultura empresarial, es decir, la conducción de la producción con una visión más amplia llena de expectativas que ayudan a brindar un producto cada vez más especializado y de calidad, a su vez se realice las gestiones pertinentes para poder ampliar los horizontes de la microempresa y expandir su producción a otras ciudades, convirtiéndose en una empresa reconocida y competitiva.

Este negocio que operará en forma potencial para cubrir los nuevos estándares turísticos mediante la realización de charlas motivacionales para el manejo adecuado de los recursos materiales, tecnológicos y humanos.

Se tendrá un mejor aprovechamiento de la plataforma tecnológica que se utilizará para la administración del negocio.

Hay que tomar en cuenta que la administración técnica contribuye a que asigne los recursos de manera óptima sin desperdiciarlos, teniendo como resultado una mejor rentabilidad financiera que beneficie a la empresa y a las personas que laboran en ella.

7.3. Impacto ambiental

Cuadro N° 60

ASPECTOS	VALORACIÓN											
	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5	Σ
Manejo de desechos					X							
Contaminación auditiva					X							
Contaminación visual					X							
TOTAL					-3							-3
-3 / 3 = -1												

Fuente: Investigación directa

Elaborado: Autora

ANÁLISIS

El impacto ambiental es bajo puesto que no contamina el medio ambiente, el proceso de elaboración de la repostería se hace en etapas establecidas y controladas y los desperdicios se los puede reciclar.

Se tomará las medidas adecuadas para disminuir los posibles daños ambientales que se podrían generar con el desarrollo de esta actividad, Cabe mencionar que realizaremos acciones productivas que favorezcan el cuidado del ambiente y apoyaremos a la creación de nuevos esquemas de desarrollo sostenible.

7.4. Impacto social

Cuadro N° 61

ASPECTOS	VALORACIÓN											
	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5	Σ
Calidad de vida										x		
Estabilidad familiar									x			
Seguridad familiar									x			
Ayuda comunitaria										x		
TOTAL						0			6	8		14
14 / 4 = 3,50 = 4												

Fuente: Investigación directa

Elaborado: Autora

ANÁLISIS

El impacto social es alto, ya que la creación de una nueva microempresa propicia la estabilidad y seguridad familiar, dado que los trabajadores tendrán un lugar donde laborar y no necesitan salir de la ciudad para buscar nuevas oportunidades de vida.

El proyecto generará fuentes de trabajo en la localidad, así mismo, incentivará a la población a prepararse académicamente en las nuevas alternativas y mejorando la autoestima de la ciudadanía en general; pues el trabajo que realizarán con sus manos hábiles y destrezas serán reconocidas por turistas nacionales y extranjeras.

7.5. Impacto educativo

Cuadro N° 62

ASPECTOS	VALORACIÓN											
	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5	Σ
APLICACIÓN DE CONOCIMIENTOS										x		
GENERACIÓN DE CONOCIMIENTOS										X		
CULTURA DE LA COMUNIDAD									x			
TRADICIONES									X			
VALORES ANCESTRALES								X				
TOTAL						0		2	6	8		16
16 / 5 = 3,20 = 3												

Fuente: Investigación directa

Elaborado: Autora

ANÁLISIS

El impacto educativo es medio, debido a que la microempresa contará con talento humano técnico y profesional idóneo para cada cargo los cuales apliquen sus conocimientos en cada una de las actividades a desarrollar.

El presente proyecto pondrá en práctica todos los conocimientos obtenidos y su aplicación en el medio administrativo contable de la microempresa dedicada a la producción y comercialización de repostería.

La producción de la repostería involucra la creatividad de los humanos, para realizar el diseño de los diferentes productos con sus manos, en la elaboración de los diferentes modelos, mediante los cuales tendremos la oportunidad de ayudar a nuestros semejante a tener nuevas oportunidades de mejorar su calidad de vida.

CONCLUSIONES

- ❖ La producción de repostería fina es una manera positiva de consumir productos elaborados en la ciudad y la provincia, además da la oportunidad de que los habitantes de la ciudad tengan a su alcance productos sanos y económicos que les permita tener una alimentación equilibrada, garantizada y de calidad.
- ❖ El mercado muestra gran aceptación, predisposición y gusto por consumir productos de repostería elaborados en la ciudad, estos productos son principalmente consumidos por personas que trabajan y que de vez en cuando buscan darse un gusto y alternativas de alimentarse con productos que posean altos valores nutritivos y sean de calidad.
- ❖ Se ha logrado determinar que existe una demanda potencial a satisfacer, lo que da lugar a que se pueda ingresar el producto de manera positiva, satisfaciendo las necesidades, requerimientos y expectativas de los consumidores.
- ❖ La localización de la microempresa es factible por cuanto es una zona industrial, en donde no contamina el ambiente, cumple con todos los aspectos legales y permisos para instalar la planta, tiene mayor facilidad de transporte de materias primas e insumos y existe facilidad para la distribución del producto terminado.
- ❖ De acuerdo al estudio económico financiero para instalar la microempresa se requiere una inversión inicial de \$47.737,95 el valor actual neto es de \$21.136,63, la tasa interna de retorno resultó de 23% por lo que se puede concluir que teóricamente que el proyecto es interesante y factible, siempre y cuando los escenarios previstos no cambien en forma significativa.

RECOMENDACIONES

- ❖ Crear una microempresa de repostería fina, que cumpla con todos los estándares legales, de higiene y de calidad a fin de brindar a los consumidores un producto altamente garantizado con un excelente sabor, un producto competitivo, en las cantidades suficientes para satisfacer las necesidades de los consumidores.
- ❖ La microempresa debe contar con profesionales especiales y constantemente capacitados, a fin de que el producto esté innovándose constantemente, se brinde mayor diversidad de productos, a fin de que los clientes puedan escoger y sobre todo reconocer la calidad del producto.
- ❖ Realizar constantemente estudios de mercado que permita a la gerencia de la microempresa tomar decisiones oportunas y estar constantemente actualizados de las necesidades que busca el cliente al consumir el producto, conocer las tendencias, hábitos, gustos de consumo, para de esta manera incrementar un valor agregado al producto cumpliendo con las expectativas del cliente.
- ❖ La gerencia de la microempresa debe estar constantemente preocupada por la infraestructura de la misma para mejorarla oportunamente, ampliarla en caso de ser necesario, distribuir adecuadamente la planta y estar pendiente del estado de la maquinaria para brindar un excelente producto y mantener un ambiente de trabajo adecuado con los instrumentos y materiales necesarios.
- ❖ Realizar periódicamente evaluaciones económicas financieras y controles del mismo, con el objetivo de determinar si se están alcanzando las metas propuestas en la empresa, si se está

obteniendo los rendimientos necesarios y de esta manera poder tomar decisiones que permitan realizar el trabajo de manera efectiva, óptima y eficiente.

FUENTES DE INFORMACIÓN

BIBLIOGRAFÍA:

- BACA, G. 2010; Evaluación de proyectos.
- BRAVO, M. 2007; Contabilidad General.
- BRAVO, M y UBIDIA, C. 2009; Contabilidad de Costos.
- BENAVIDEZ, M. 2008; Manual de Tributación según las NEC.
- HERRERA, J. 2009; Administración, Gestión, y Comercialización de la pequeña empresa.
- LEXUS, 2010; Manual de Contabilidad de Costos.
- JÁCOME, W. 2005. Proyectos.
- VARELA, R. 2010; Evaluación de proyectos de inversión.

LINCOGRAFÍA:

- <http://www.scribd.com/doc/13483227/la-importancia-de-la-Empresa>
- <https://www.facebook.com/pages/Fina-Repoter%C3%ADa-de-Estefan%C3%ADa-Sares/163193347112072>
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Repoter%C3%ADa>
- <http://pasteleriareposteria.blogspot.com/>
- <http://www.mundopostres.com/>
- <http://www.reposteriacreativa.com/>

- <http://mediarioderecetasyposteriacreativa.blogspot.com/>
- <http://www.directoalpaladar.com/eventos/sevilla-dulce-2013-feria-de-la-reposteria-creativa>
- <http://www.catcakes.es/>
- <http://www.utilisima.com/pasteles/>
- www.bce.fin.ec/
- www.inec.gov.ec/
- www.ecuadorencifras.com/

ANEXO N° 1
FORMATO DE ENCUESTA A CONSUMIDORES DE LA CIUDAD DE
OTAVALO



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

ENCUESTA DIRIGIDA A PEA URBANA

Objetivo: Determinar la factibilidad para la creación de una microempresa de repostería fina en la ciudad de Otavalo, Provincia de Imbabura.

Instrucciones: Dígnese en leer detenidamente el cuestionario y marque con una X la respuesta que usted crea conveniente.

Variable.- Comercialización

Indicador.- Hábitos de consumo

1. ¿La repostería se encuentran dentro de su dieta alimenticia?

- | | |
|---------------|-----|
| Siempre | () |
| Muy frecuente | () |
| Rara vez | () |
| Nunca | () |

Variable.- Comercialización

Indicador.- Gustos y preferencias

2. ¿Qué tipo de productos de repostería usted consume?

Postres	()
Pasteles	()
Chocolatería	()
Otros	()

Variable.- Comercialización

Indicador.- Razones de consumo

3. ¿Por qué razón consume usted productos de repostería?

Sabor	()
Cualidades nutritivas	()
Precio	()
Tradición	()

Variable.- Comercialización

Indicador.- Calidad del producto

4. ¿Cómo establece usted la calidad del producto al momento de comprar?

Sabor	()
Color	()
Precio	()
Otros	()

Variable.- Comercialización

Indicador.- Lugar de compra

5. ¿En qué lugar adquiere los postres?

Panadería y Pastelería ()

Micro mercado ()

Supermercado ()

Variable.- Comercialización

Indicador.- Demanda

6. ¿Le gustaría consumir repostería fina producida en la ciudad de Otavalo?

SI ()

NO ()

Variable.- Comercialización

Indicador.- Frecuencia de consumo

7. ¿Con qué frecuencia consumiría usted productos de repostería?

Diario ()

Semanal ()

Quincenal ()

Mensual ()

Ocasional (cada 3 meses) ()

Variable.- Comercialización

Indicador.- Precio de venta y Poder adquisitivo

8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un postre?

De \$ 1,00 a \$ 2,00 ()

De \$ 2,50 a \$ 3,50 ()

De \$ 3,75 en adelante ()

DATOS TÉCNICOS

Edad: **Ocupación:**

Género:

Femenino

☐

Masculino

☐

Ingresos:

Menos de \$ 318

☐

De \$ 318 a \$ 450

☐

De \$ 450 a \$ 650

☐

De \$ 650 en adelante

☐

ANEXO Nº 2

FORMATO DE ENCUESTA A PRODUCTORES Y COMERCIALIZADORES DE REPOSTERÍA



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

Objetivo: Determinar la factibilidad para la creación de una Empresa de Granos Enlatados la ciudad de Ibarra Provincia de Imbabura y los distribuidores de la misma.

INDICADOR: Competencia

1. ¿Qué tipos de productos de repostería usted comercializa?

.....

.....

.....

.....

INDICADOR: Competencia

2. ¿De los productos de repostería que usted comercializa cuáles considera que tienen mayor aceptación?

.....

.....
.....

INDICADOR: Presentación del producto

3. ¿En qué presentaciones comercializa los productos de repostería?

.....
.....
.....

INDICADOR: Precio

4. ¿Cuál es el precio promedio general de venta de los siguientes productos?

.....
.....
.....

INDICADOR: Ventas-Oferta

5. ¿Cuáles son sus ventas anuales de dichos productos?

.....
.....
.....

ANEXO Nº 3

TABULACIÓN DE LA ENCUESTA APLICADA A LOS HABITANTES DE LA CIUDAD DE OTAVALO

INDICADOR: Hábitos de consumo

1. ¿Consume usted productos de repostería en su alimentación?

Cuadro Nº 63

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	66	17,50%
Muy frecuente	303	80,31%
Rara vez	6	1,56%
Nunca	2	0,63%
Total	377	100%

Fuente: Encuesta realizada a los habitantes de la ciudad de Otavalo
Elaborado: Autora

➤ **Análisis e interpretación**

De acuerdo a las encuestas aplicadas a los habitantes de la ciudad de Otavalo, se pudo apreciar que la mayoría de las personas consumen productos de repostería muy frecuentemente, en un porcentaje un poco menor se puede decir que las personas siempre consumen este tipo de productos, sin embargo en un porcentaje reducido los consumen rara vez y finalmente una mínima cantidad nunca los consumen.

INDICADOR: Gustos y preferencias

2. ¿Qué tipo de productos de repostería usted consume?

Cuadro N° 64

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Postres	124	33%
Pasteles	113	30%
Chocolates	121	32%
Otros	19	5%
Total	377	100%

Fuente: Encuesta realizada a los habitantes de la ciudad de Otavalo

Elaborado: Autora

➤ **Análisis e interpretación**

Los habitantes de la ciudad de Otavalo en porcentajes similares tienen preferencia por consumir postres, pasteles y chocolates por su sabor y contenido nutricional, y en un porcentaje mínimo tienen preferencia por consumir otros tipos de productos como son los dulces o comúnmente llamados caramelos por motivos de gustos.

INDICADOR: Razones de consumo

3. ¿Por qué razón consume usted productos de repostería?

Cuadro N° 65

Variable	Frecuencia	Porcentajes
Sabor	147	39%
Cualidades nutritivas	121	32%
Precio	11	3%
Tradición	98	26%
Total	377	100%

Fuente: Encuesta realizada a los habitantes de la ciudad de Otavalo

Elaborado: Autora

➤ **Análisis e interpretación**

En un porcentaje mayor las personas revelan que consumen productos de repostería por el sabor que tienen y la calidad con la que son elaborados, en porcentajes un poco similares los consume tanto por las cualidades nutritivas como por tradición, y finalmente en un porcentaje mínimo manifiestan que los adquieren por el precio.

INDICADOR: Calidad del producto

4. ¿Cómo establece usted la calidad del producto al momento de comprar?

Cuadro N° 66

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Sabor	113	30%
Color	87	23%
Precio	102	27%
Otros	75	20%
Total	377	100%

Fuente: Encuesta realizada a los habitantes de la ciudad de Otavalo
Elaborado: Autora

➤ **Análisis e interpretación**

La mayoría de los encuestados establece la calidad de los productos por el exquisito sabor que tienen, en un porcentaje casi similar dicen que lo establecen por el precio, en un porcentaje menor las personas manifiestan que lo hacen por el color y en porcentaje un poco menor consideran que es por otros aspectos como por ejemplo la forma que obtiene el producto terminado.

INDICADOR: Lugar de compra

5. ¿Dónde adquiere sus productos de repostería?

Cuadro N° 67

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Panadería y pastelería	294	78%
Micro mercado	38	10%
Supermercado	45	12%
Total	377	100%

Fuente: Encuesta realizada a los habitantes de la ciudad de Otavalo

Elaborado: Autora

➤ **Análisis e interpretación**

Más de la mitad de las personas encuestadas manifiestan que el lugar donde adquieren sus productos en las panaderías y pastelerías, en un porcentaje menor dicen que los obtienen en el supermercado por tener variedad de productos al momento de escogerlos, y en un porcentaje similar las personas prefieren adquirirlos en el micro mercado por estar más cercanos a sus domicilios.

INDICADOR: Demanda

6. ¿Le gustaría consumir repostería fina producida en la ciudad de Otavalo?

Cuadro N° 68

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	226	60%
No	151	40%
Total	377	100%

Fuente: Encuesta realizada a los habitantes de la ciudad de Otavalo

Elaborado: Autora

➤ **Análisis e interpretación**

Un porcentaje muy considerable expresa que si les gustaría consumir productos de repostería fina producidos en la ciudad de Otavalo, prefieren productos nacionales y con mayor razón propios de la ciudad, en donde se emplee materia prima de la zona y sean elaborados con todas las precauciones y la calidad que busca el consumidor, y una minoría manifiestan que no les gustaría consumir repostería son personas que no tienen hábito de consumo y que no les gustaría probar este producto.

INDICADOR: Frecuencia de consumo

7. ¿Con qué frecuencia consumiría usted productos de repostería?

Cuadro Nº 69

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Diario	70	31%
Semanal	57	25%
Quincenal	66	29%
Mensual	29	13%
Ocasional (una vez cada tres meses)	5	2%
Total	226	100%

Fuente: Encuesta realizada a los habitantes de la ciudad de Otavalo

Elaborado: Autora

➤ **Análisis e interpretación**

Menos de la mitad de las personas encuestadas manifiestan que al ser un producto de calidad con excelente sabor les gustaría consumir a diario un producto, a otras personas en porcentajes similares manifiestan que consumirían estos productos de forma quincenal y semanalmente dos productos, puesto que serían productos garantizados que tengan los nutrientes necesarios para mantener una buena alimentación y además sería

un producto elaborado con materia prima de calidad, otras personas en un porcentaje reducido expresan que consumirían este producto mensualmente, ya sea para darse un gusto o por cualquier otro motivo, también en un porcentaje mínimo consideran que prefieren consumir este producto ocasionalmente, es decir un producto cada tres meses, puesto que no cuentan con hábitos de consumo.

INDICADOR: Precio de venta y poder adquisitivo

8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un postre?

Cuadro N° 70

Variable	Frecuencia	Porcentaje
De \$ 1,00 a \$ 2,00	106	47%
De \$ 2,50 a \$ 3,50	90	40%
De \$ 3,75 en adelante	29	13%
Total	226	100%

Fuente: Encuesta realizada a los habitantes de la ciudad de Otavalo

Elaborado: Autora

➤ **Análisis e interpretación**

Las personas a las que se les aplicó las encuestas en un porcentaje considerable manifestaron que estarían dispuestas a pagar entre \$1 y \$2 por este producto en vista de que tienen muchos gastos y aparte de buscar calidad también desean un producto económico que se ajuste a sus necesidades, se pudo apreciar que buscan calidad, buen sabor y un producto nutritivo que cumpla con las expectativas que el consumidor requiera, en un porcentaje menor considera que pagaría de \$2,50 a \$3,50 y finalmente una minoría estaría dispuesto a pagar de \$3,75 porque buscan un alimento saludable, no les importa invertir más dinero a fin de tener una alimentación de calidad, garantizada y equilibrada.

9. Edad

Cuadro N° 71

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
15 – 35	230	61%
36 – 55	136	36%
56 – 65	11	3%
Total	377	100%

Fuente: Encuesta realizada a los habitantes de la ciudad de Otavalo

Elaborado: Autora

➤ **Análisis e interpretación**

Más de la mitad de las personas encuestadas se encuentran entre los 15 y 35 años, de quien se pudo percibir que tienen predisposición por adquirir el producto y consumirlo, son personas con mente abierta y prácticas que consideran que en la actualidad los productos de repostería son de ayuda en cuanto a la alimentación, otra parte de los encuestados se encuentran entre la edad de 36 a 55 años, de lo que se pudo observar muchas de estas personas si les gustaría consumir estos productos, pero también existen muy pocas personas que no consideran necesario este producto y finalmente una minoría de los encuestados tienen entre 56 y 65 años de edad los mismos que en ciertos casos han probado los productos y en mínima parte son conservadoras y prefieren no consumirlos.

10. Ocupación

Cuadro N° 72

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Empleado público	23	7%
Empleado privado	49	15%
Comerciante	45	14%
Ama de casa	43	13%
Profesor	19	6%
Estudiante	37	12%
Contadora	5	2%
Secretaría	9	3%
Costurera	6	2%
Cajera	8	3%
Artesano	21	7%
Arquitecto	3	1%
Constructor	4	1%
Mecánico	3	1%
Enfermera	8	3%
Agricultor	9	3%
Estilista	14	4%
Chofer	14	4%
Total	320	100%

Fuente: Encuesta realizada a los habitantes de la ciudad de Otavalo

Elaborado: Autora

➤ **Análisis e interpretación**

Se puede concluir que la gran mayoría de las personas a las que se les aplicó la encuesta son personas que trabajan en diferentes actividades tanto como empleado ya sea público o privado, como personas que tienen sus propios negocios o dedican su tiempo a ciertas actividades que les lleva

tiempo, por lo que si sería bueno brindarles un producto saludable que cumpla con sus expectativas para que tengan un momento de distracción, por otra parte también se aplicó a amas de casa quienes también consideran que les gustaría consumir este producto ya que es nutritivo y cumple con sus exigencias.

11. Género

Cuadro N° 73

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	245	65%
Masculino	132	35%
Total	377	100%

Fuente: Encuesta realizada a los habitantes de la ciudad de Otavalo

Elaborado: Autora

➤ Análisis e interpretación

La mayoría de las personas son de género femenino y por lo que se pudo apreciar son quienes se encargan de la alimentación en sus hogares, en especial de los hijos por lo que buscan alimentos que sean saludables para los mismos y en un porcentaje reducido de las personas encuestadas son de género masculino quienes influyen en la decisión de las esposas e incentiva al consumo de este producto.

12. Ingresos

Cuadro N° 74

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Menos de \$ 318	33	10%
De \$ 318 a \$ 450	148	46%
De \$ 450 a \$ 650	115	36%
De \$ 650 en adelante	24	8%
Total	320	100%

Fuente: Encuesta realizada a los habitantes de la ciudad de Otavalo

Elaborado: Autora

➤ **Análisis e interpretación**

Por lo que se puede apreciar en cuanto a los ingresos de las personas se puede manifestar que los clientes potenciales de productos de repostería, son personas que tienen un nivel socioeconómico medio y medio alto pero esto no implica que todas las personas puedan consumirlo, ya que tienen la predisposición y se busca dar no solo un producto de buena calidad sino también económico y que esté al alcance de todas las personas.

ANEXO N° 4

TABULACIÓN DE LA ENTREVISTA APLICADA A LOS PRODUCTORES Y COMERCIALIZADORES DE REPOSTERÍA DE LA CIUDAD DE OTAVALO

INDICADOR: Competencia

1. ¿Qué productos de repostería usted comercializa?

Las microempresas a las que se les entrevistó enfocan sus ventas principalmente a los pasteles, en menores cantidades a lo que es postres y chocolates.

INDICADOR: Competencia

2. ¿De los productos de repostería cuál es el de mayor aceptación?

De acuerdo a la entrevista realizada a los productores y comercializadores de la ciudad de Otavalo, los 8 entrevistados concuerdan que los productos de mayor aceptación por parte de los consumidores son los chocolates y postres.

INDICADOR: Presentación del producto

3. ¿En qué presentaciones comercializa los productos de repostería?

Los entrevistados manifiestan que los productos que se ofrecen en la ciudad tienen las siguientes presentaciones:

Cuadro N° 75

Variedad de productos	Presentación
Postres	Pequeño
Chocolates	Pequeño

Fuente: Entrevista realizada a los productores y comercializadores de la ciudad de Otavalo

Elaborado: Autora

INDICADOR: Precio

4. ¿Cuál es el precio promedio general de venta de los siguientes productos?

Los precios de los productos varían en pequeñas cantidades dependiendo de la presentación.

Según las estadísticas de los entrevistados y su análisis, el precio promedio al que le distribuyen los productores los postres, chocolates y pasteles son los siguientes:

Cuadro N° 76

Variedad de productos que oferta la competencia	Precio promedio
Postres	\$ 1,25
Chocolates	\$ 0,75

Fuente: Entrevista realizada a los productores y comercializadores de la ciudad de Otavalo

Elaborado: Autora

A este precio los supermercados y comisariatos incrementan aproximadamente un 12% de ganancia para la venta al público, que corresponde al descuento que reciben en la compra directa a los productores.

INDICADOR: Ventas-Oferta

5. ¿Cuáles son sus ventas anuales de dichos productos?

Después de analizar y tabular la cantidad de productos que ofertan anualmente, los ocho productores más representativos de la ciudad se puede presentar el siguiente cuadro de resultados:

Cuadro N° 77

Variedad de productos	Cantidad ofertada Productos	Porcentaje equivalente
Postres	344.846	48%
Chocolates	373.584	18%
Total	718.430	100%

Fuente: Entrevista realizada a los productores y comercializadores de la ciudad de Otavalo
Elaborado: Autora

De acuerdo a los resultados obtenidos los pasteles son de mayor aceptación, seguido los consumidores prefieren adquirir postres y finalmente las personas se inclinan por chocolates, todo depende de los gustos y preferencias de los consumidores.